Mykolo Romerio universitetas

Loreta Ado

LESETEXTE

WIRTSCHAFTSDEUTSCH

Vilnius
2008

UDK 803.0(076)
Ad45

Recenzavo:

Vilniaus universiteto Užsienio kalbų instituto *doc. dr. Sigitas Plaušinaitis*;
Vilniaus pedagoginio universiteto Užsienio kalbų fakulteto Vokiečių filologijos ir metodikos katedros *doc. dr. Antanas Zamackas*

Mykolo Romerio universiteto Viešojo administravimo fakulteto tarybos 2008 m. balandžio 16 d. posėdyje (protokolo Nr. 2VA-6) mokomasis leidinys „Lesetexte. Wirtschaftsdeutsch“ rekomenduotas spausdinti.

Mykolo Romerio universiteto mokslinių-mokomųjų leidinių aprobavimo spaudai komisija 2008 m. gegužės 29 d. posėdyje (protokolas Nr. 2L-5) mokomąjį leidinį „Lesetexte. Wirtschaftsdeutsch“ patvirtino spausdinti.

Visos knygos leidybos teisės saugomos. Ši knyga arba kuri nors jos dalis negali būti daugi-nama, taisoma arba kitu būdu platinama be leidėjo sutikimo.

ISBN 978-9955-19-102-5

© Mykolo Romerio universitetas, 2008

INHALT

Text 1. Marketing 5
Text 2. Marketing-mix 7
Text 3. Preisbildung 10
Text 4. Online-marketing 17
Text 5. Marktforschung 22
Text 6. Unternehmensformen 26
Text 7. Banken 32
Text 8. Arten der Banken 34
Text 9. Volkswirtschaftliche Bedeutung der Banken 36
Text 10. Bankwesen in Deutschland 38
Text 11 Aufgaben und Zuständigkeiten der Bundesbank 39
Text 12. Europäische Zentralbank 44
Text 13. Globalisierung 48
Text 14. Finanzkrisen 50
Text 15. Multinationale Unternehmen 53
Text 16. Die Deutsche Volkswirtschaft 59
Text 17. Geldpolitische Strategie 64
Text 18. Finanzmärkte 69
Anhang 72
A Redemittel für einen Vortrag 72
B Redemittel für eine Gesprächsrunde 81
C Redemittel zur Beschreibung von Schaubildern, Diagrammen,und Statistiken 89
Literaturverzeichnis 101

MRU © MRU © MRU

PRATARMĖ

Mokomasis leidinys „Lesetexte für Wirtschaftsdeutsch“ skirtas Mykolo Romerio universiteto finansų ekonomikos dieninių ir neakivaizdinių studijų studentams.

Pagal parengtą finansų ekonomikos studijų programą parinktos ekonominės temos šiam leidiniui: marketingas, rinkos tyrimas, kainų politika, įmonių formos, bankai, globalizacija, finansines krizės, finansų rinkos, pinigų politika.

Parengtos užduotys skirtos pagrindiniams kalbėjimo įgūdžiams – skaitymo strategijai, rašymo technikai, leksinei ir gramatinei kompetencijai – lavinti.

Parengtose užduotyse skiriamas dėmesys darbui su žodynu, profesinio žodyno formavimui ir įsisavinimui ir jo panaudojimui diskusijose, pokalbiuose, rašymo įgūdžių formavimui (santraukos rašymas).

Priede pateiktos kalbinės išraiškos priemonės, kurios naudojamos skaitant pranešimus, vedant derybas ir naudojant savo darbuose statistines lenteles, grafikus, diagramas.

Savo žinias ne tik iš vokiečių kalbos bet ir iš ekonominių sričių (marketingas, rinkos tyrimas) galima pasitikrinti atliekant testus.

MRU ©

Text 1. MARKETING

► ***1. Lesen Sie den Text und bilden Sie Fragen zum Text.***

Marketing (engl. *marketing*: auf den Markt bringen, Vermarktung, deutsch Absatzwesen) bezeichnet die Ausrichtung der Unternehmensentscheidungen am Markt. Unter Marketing werden alle Tätigkeiten wie Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle auf gegenwärtige und zukünftige Absatzmärkte ausgerichteten Unternehmensaktivitäten verstanden. Marketing wird zur zentralen betriebswirtschaftlichen Funktion in einem marketing-orientierten Unternehmen. Im Marketing-Mix werden die langfristig geplanten Vorgaben in konkrete Aktionen umgesetzt, betreffend Produkt, Preis, Kommunikation und Distribution.In der Praxis wird Werbung und Public Relations (PR, Öffentlichkeitsarbeit) oft mit „Marketing“ gleichgesetzt. Marketing umfasst Marketingziele, Marketingstrategien.Operative Marketigziele sind:

- Absatz,
- Umsatz (Erlös),
- Marktanteil,
- Bekanntheitsgrad,
- Imagepositionierung,
- Corporate Branding (Markenführung).

Die Marketingstrategie umfasst langfristige, globale Verhaltenspläne zur Erreichung der Marketing- und Unternehmensziele eines Unternehmens und ist Teil des strategischen Managements. Die grundlegenden Marketingstrategien sind:

- Marktwahlstrategie (Marktfeld, Marktplatzierung, Marktabdekkungs-, Marktarealstrategie),
- Marktteilnehmerstrategie (abnehmer-, konkurrenz-, handels-, anspruchsgruppengerichtete Strategien) .

► 2 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:

aufweisen, Bedürfnisse, Befriedigung, bevorzugen, effizientesten, eingesetzt, hergestellt, Konsequenzen, Konsumenten, nehmen, orientiert, sichern, stehen, Unternehmen, verarbeiten, vertrieben.

Ein marktorientiertes _____ konzentriert sich auf die _____ seiner Kunden, kennt seine Konkurrenten und kann diese Marktinformationen interfunktional _____ _____ und nützen. Es werden jene Produkte _____, die am _____ erzeugt und _____ _____ werden können. Konsumenten _____ Produkte, die die höchste Qualität, die beste Leistung oder die innovativsten Eigenschaften _____ . Aufgrund eines Überangebotes werden sogenannte aggressive Verkaufsmethoden _____, die keine Rücksicht auf die Konsumentenbedürfnisse _____ . Die Zielgruppe und ihre Bedürfnisse _____ im Mittelpunkt. Nur die _____ der Wünsche der Konsumenten kann den Unternehmenserfolg langfristig _____ . Das Unternehmen _____ sich an den Wünschen und Bedürfnissen der _____ und wägt die Vorteile ihrer Erfüllung gegen die _____ für Gesellschaft und Umwelt ab.

► 3 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:

das- das- den- den- den- den- der- der- der- der- der- der- die- die - die - die- die- die- die- die- die- die- die- die- die- ein- ein- ein- eines- eines.

_____ Produktpolitik wird „als _____ Herz des Marketings“ bezeichnet, als _____ Fundament aller weiteren Planungen und Maßnahmen, weil sie _____ Ausgestaltung _____ übrigen Instrumente des Marketing-Mix im erheblichen Maße übernimmt. Denn _____ Produkte oder Dienstleistungen _____ _____ Unternehmen anbietet, stellen _____ Kern _____ gesamten Unternehmensaktivitäten dar und bilden _____

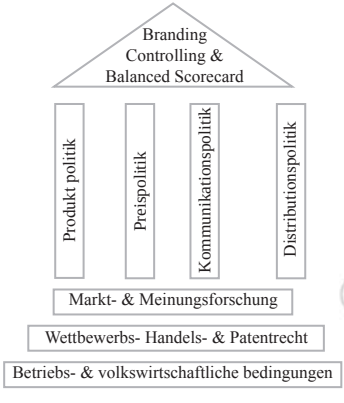
_____ Basis jeden unternehmerischen Erfolgs. Erst nach _____ Wahl

_____ angebotenen Güter folgen darauf aufbauend _____ Fragen nach _____ Kosten oder nach _____ Kaufbedingungen, nach _____ zu treffenden Werbeaktionen sowie nach _____ Art und Weise _____ Warenausteilung. Zwei Aspekte sind für _____ Einführung _____ neuen Produkts von besonderer Bedeutung; _____ Angebotsbreite und _____ Angebotstiefe. Unternehmen, _____ _____ breitgefächertes Angebot anbieten, werden auch als Generalisten bezeichnet. _____ Angebotstiefe hingegen beschreibt _____ unterschiedlichen Arten und Variationen _____ bestimmten Angebots. Unternehmen, _____ ihren Schwerpunkt auf _____ tiefes Angebot gelegt haben, bezeichnet man im Allgemeinen als Spezialisten.

Text 2. MARKETING-MIX

► ***1. Lesen Sie den Text und bilden Sie Fragen zum Text.***

Marketing-Mix beschreibt die Abstimmung der operativen Marketing-Instrumente untereinander. Der Marketing-Mix unterteilt sich in die (englischen) „4 P's": Product, Price, Place, Promotion --> Produkt-, Kontrahierungs- (Preis-), Distributions- und Kommunikationspolitik.



Die Produkte oder Dienstleistungen, die ein Unternehmen anbietet, stellen den Kern der gesamten Unternehmensaktivitäten dar und bilden die Basis jeden unternehmerischen Erfolgs. Hierzu zählen vor allem die Sortimentplanung, Qualität und Service, Verpackung, Markierung und Produktgestaltung.

Unter die Kontrahierungspolitik (in der Praxis Konditionenpolitik genannt) fallen alle vertraglichen Konditionen (Bedingungen), die in Zusammenhang mit einem Angebot stehen. Hierunter fallen z.B. Rabatte, Boni, Kredite sowie Lieferungs- und Zahlungsbedingungen. Die Preispolitik ist ein Teil der Kontrahierungspolitik. Die Preispolitik umfasst alle

Entscheidungen, die Einfluss auf die Preishöhe sowie die Art und Weise der Preisfestlegung und -durchsetzung haben. Der Preis richtet sich nach dem Markt, der aus den Komponenten Anbieter, Nachfrager und Wettbewerber besteht.

Unter der Kommunikationspolitik versteht man Ziel- und Maßnahmenentscheidungen zur einheitlichen Gestaltung aller das Produkt betreffenden Informationen (Corporate Design). Die wesentlichen Instrumente der Kommunikationspolitik sind Werbung, persönlicher Verkauf, Sponsoring, Messen, Events und Öffentlichkeitsarbeit (Einschließlich der Corporate Identity).

Unter der Distributionspolitik werden alle Entscheidungen und Handlungen des Unternehmens im Zusammenhang mit dem Weg eines Produktes vom Hersteller bis zum Endverbraucher getroffen. Die Möglichkeiten der Distributionspolitik sind vielfältig. Im Handel stellt sich die Frage, ob die Produkte in einer klassischen Verkaufsstätte (Geschäft) verkauft werden oder ob die Ware direkt zum Kunden gebracht wird (wie z. B. bei Versandhäusern, die die Ware direkt zum Kunden nach Hause schicken).

► ***2 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Ausgestaltung, benötigt, Bereiche, Distributionspolitik, Eigenschaften, Endverbraucher, erfolgreich, erschliessen, Erzeugnisse, Kontakte, Kontrahierungspolitik, Kundendienst, Nachfrager, Preise, Produktpolitik, sichergestellt, Sortiments, unterstützt, Verkaufsaktionen, Verkaufsstellen, Zahlungsbedingungen, Nebenleistungen .

Zur _____ gehören alle Bemühungen, durch Art und _____ der Produkte,durch Gestaltung des _____, _durch_____ Garantieleistungen, Produktpflege und _____ den Markt zu __ _____ . Diese Produktpolitik ist wirkungslos,wenn nicht _____ wird,dass die Kunden auch von Besonderheiten der _____ erfahren.Dazu ___ _____ man die _____.Durch Werbung,Public Relations,besondere _____ und geschultes Verkaufspersonal muss die Verbindung zum _____ gefestigt werden. _____ wird die Kommunikationspolitik durch die _____ der es um

die gesamte _____ der Kaufverträge geht. Natürlich spielen _____, die für jeden Kunden unterschiedlich sein können, eine wichtige Rolle. Daneben kommt es jedoch auf Lieferungs- und _____ _____ an. Alle diese _____ des Marketing können wirkungslos sein, wenn nicht die _____ _____ dafür sorgt, dass die Ware _____ den Kunden erreicht. Unzureichende _____ __ und Transporte oder schlechte _____ zum Einzelhandel, der die Ware an den _____ weitergeben soll, machen alle Bemühungen zunichte.

► ***3 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Abgrenzung, Aufgaben, befassender, Dienstleistungen, enthält, erfolgreiche, Ergebnis, erreichen, erweitert, gerufen, gliedert, Instrumente, Markierung, müssen, Neuprodukts, Produktpolitik, Qualitätsversprechen, vergleichbaren, verlängern, Verpackung, vertreten, verändert, werden .

Das Produktmanagement _____ sich in eine Vielzahl von produktpolitischen _____, welche jeweils ein anderes Aufgabenfeld _____: Die wichtigsten _____ _____ sind die Produktinnovation, die Produktverbesserung, die Produktdifferenzierung, die Markenpolitik und die Prozessorganisation. Mit dem Instrument der Produktinnovation _____ neue Produkte und ___ _____ ins Leben _____ . Bereits bestehende Produkte _____, um den Produktlebenszyklus zu _____, ständig verbessert oder, wie bei der Produktdifferenzierung, in leichter Form _____ oder auf einen Zusatznutzen _____ werden. Von entscheidender Bedeutung für die _____ Etablierung eines _____ _____ ist die Benennung, die _____ des Produkts. Die Markenpolitik dient zur _____ zu anderen _____ Produkten, zur Re-Indentifizierung sowie zu einer Art _____ . Die Prozessorganisation _____ die Strukturierung und Planung aller das Produkt _____ Arbeitsprozesse, um

das geforderte _____ möglichst effizient zu _____ _____ . Weitere Instrumente rund um die _____ _____ sind die umfassenden Serviceleistungen, die Sortimentsplanung, Namensgebung, _____ /Design und die Programmplanung.

Text 3. PREISPOLITIK

► ***1. Lesen Sie den Text und bilden Sie Fragen zum Text.***

Die Preispolitik ist als Einzelinstrument dem Marketing-Instrument „Kontrahierungspolitik“ zugehörig. Die Instrumente der Kontrahierungspolitik sind:

- die Preispolitik,
- die Rabattpolitik,
- die Liefer- und Zahlungsbedingungen und
- die Kreditpolitik.

Rabattpolitik, Liefer- und Zahlungsbedingungen sowie Kreditpolitik werden zusammengefasst auch als Konditionenpolitik bezeichnet.

Definition: Der Preis ist das Entgelt für die Leistungen, die ein Unternehmen auf einem Markt anbietet. Unter Preispolitik werden alle marktbezogenen Maßnahmen und Entscheidungen des Unternehmens verstanden, mit denen die Preise beeinflusst und durchgesetzt werden können.

Im Marketing geht es weniger darum, gerechte Preise festzulegen, sondern zweckgerichtete. Die Preispolitik kann sich auf das Gesamtangebot eines Unternehmens, auf Teilbereiche oder auf Einzelprodukte oder Einzelleistungen beziehen.

Preisentscheidungen sind zu treffen, wenn sich bestimmte Situationen geändert haben oder unterschiedlich zu staffelnde Preise (so genannte "Preisdifferenzierungen") notwendig werden. Preisänderungen für Produkte eines bereits bestehenden Leistungsprogramms können beispielsweise aus folgenden Gründen notwendig werden:

- veränderte Kostensituation, z. B. höhere Rohstoffpreise, höhere Einkaufspreise für Hilfsmittel usw.
- veränderte Konkurrenzsituation, z. B. neue Mitbewerber, Unterbieten der eigenen Preise durch die Konkurrenz, Sonderaktionen von Wettbewerbern usw.
- veränderte Nachfragesituation, z. B. gesättigte Märkte, neue Trends usw.
- veränderte Preissituationen, die sich aus Preisvergleichen mit den Konkurrenzpreisen ergeben haben.

Überlegungen zur Preisdifferenzierung der Produkte können getroffen werden, d. h., dass dasselbe Produkt verschiedenen Kunden (oder unterschiedlichen Kundengruppen) zu unterschiedlichen Preisen angeboten wird. Dazu werden die Preise für die einzelnen Stufen im Distributionsprozess betrachtet, z. B. für Hersteller, Großhändler oder Absatzmittler wie Exporthändler, Exportvertreter usw. und dementsprechend neue Preisabstufungen festgelegt.

Die Entscheidung für einen bestimmten Preis ist von den preispolitischen Zielen eines Unternehmens abhängig. Sicherlich ist die Erzielung von Gewinn ein wichtiges preispolitisches Ziel. Die Gewinnmaximierung ist jedoch nicht das alleinige Ziel, vielmehr sind Preisentscheidungen letztlich von den Unternehmens- und Marketingzielen abhängig, bzw. untergeordnet und strategisch anzuwenden.

Meist wird nicht nur ein Ziel, sondern eine Kombination von Zielen verfolgt, wie Gewinnmaximierung und Marktanteilssteigerung. Außerdem spielt der zeitliche Bezug eine wichtige Rolle, und die Ziele müssen optimal aufeinander abgestimmt sein. Wenn sich beispielsweise ein Unternehmen ein Image als exklusiver Anbieter hochwertiger Ware aufbauen will, können Aktionen mit Billigstware zu Tiefstpreisen die Erreichung des langfristigen Zieles nachhaltig stören. Die beiden Komponenten „Billigstware“ und „Tiefstpreise“ passen hierbei nicht in ein „abgerundetes Bild“ im gesamten Marketing-Mix (aus Käufersicht).

Zu den unternehmensbezogenen Preiszielen gehören beispielsweise: Erzielung einer bestimmten Gewinnrate, bezogen auf den Gesamtumsatz pro Produkt, pro Produktgruppe bzw. pro Markt.Marktbezogene Preisziele sind beispielsweise: Erschliessung neuer Märkte, Erhalten bzw. Verbessern der eigenen Marktposition,Gewinnen von Marktanteilen.

MRUCZNIK.RU

▶ ***2. Finden Sie im Text Komposita mit den Wörtern:***

Preis, Politik, Leistung, Situation, Ziel.

▶ ***3. Finden Sie im Text Wortverbindungen mit den Wörtern:***

Erzielung, Erschliessung, Anbieter, Erreichung, Überlegungen.

▶ ***4. Schreiben Sie die Überschriften zu den wichtigsten Absätzen.***

▶ ***5. Fassen Sie den Text kurz zusammen. Vergleichen Sie ihre Zusammenfassung mit der den unten gegebenen (6).***

▶ ***6. Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Anlässen , arbeiten , aufgenommen, Aufträge, Eintritt, entscheidet, festgelegt, Preis, Preislagen, Preisverhältnis, Produkte, Regionalmärkte, Situationen, untere.

Preisentscheidungen sind zu unterschiedlichen _____ und in unterschiedlichen _____ zu treffen, beispielsweise: Ein Unternehmen _____ sich grundsätzlich für die _____, mit denen es _____ will, z. B. obere, mittlere und _____ Preislagen. Es wird das optimale _____ _____ von Produkten innerhalb einer Produktlinie _____ Der _____ wird erstmalig festgelegt, z. B. für _____, die neu in das Leistungsspektrum _____ _____ werden oder beim _____ in neue Märkte, z. B. in Auslandsmärkte oder _____ oder bei Angeboten für neue _____.

7. Zusammenfassung

Der Preis ist ein wichtiges Instrument im Marketing-Mix, weil er in direktem Zusammenhang mit den Zielgrössen Umsatz, Gewinn und Marktanteile steht. Preisänderungen sind meist einfach durchzuführen, aber ihre Wirkung wird häufig überschätzt. Deshalb sollten die anderen Instrumente im Marketing-Mix nicht vernachlässigt werden, nämlich die Produkt-, Distributions- und Kommunikationspolitik.

Preispolitische Entscheidungen können sich auf das Gesamtangebot eines Unternehmens, auf Teilbereiche oder einzelne Produkte beziehen. Dabei kann es sich um das Festlegen von Preisen bei neuen Produkten handeln, um die Änderung der Preise aufgrund einer veränderten Kosten-, Konkurrenz- oder Nachfragesituation oder um Preisdifferenzierung.

Die preispolitischen Ziele eines Unternehmens müssen im Zusammenhang mit den unternehmens- und marktbezogenen Zielen eines Unternehmens stehen und dürfen diesen nicht widersprechen. Meist geht es nicht nur um das Erreichen eines einzigen Unternehmenszieles, sondern um die Kombination mehrerer Ziele.

MRU ©

TEST MARKETING

➲ Frage 1

Welches Element gehört nicht zum Marketing-Mix?

a - Preispolitik

b - Kommunikationspolitik

c - Allokationspolitik

d - Produktpolitik

e - Distributionspolitik

➲ Frage 2

In welcher Phase des klassischen Produkt-Lebenszyklus erreicht die Umsatzkurve ihr Maximum?

a - In der Einführungsphase

b - In der Wachstumsphase

c - In der Reifephase

d - In der Sättigungsphase

e - In der Degenerationsphase

➲ Frage 3

Wenn bestimmte Eigenschaften eines bereits am Markt befindlichen Produkts geändert werden, spricht man von einer ...

a - Produktinnovation

b - Produktdiversifikation

c - Produktvariation

➲ Frage 4

Wenn ein Handyhersteller plötzlich auch Energiedrinks herstellt, ist das ...

a - vertikale Diversifikation

b - laterale Diversifikation

c - horizontale Diversifikation

MRU ©

➲ Frage 5

Wann wird die ABC-Analyse eingesetzt?

a - Bei der Marktsegmentierung

b - Bei der Auswahl der Kommunikationsstrategie

c - Bei der Werbeerfolgsmessung

➲ Frage 6

Der Erfahrungskurveneffekt besagt, dass ...

a - ein Unternehmen mit zunehmendem Marktanteil schneller wachsen kann

b - mit zunehmenden Produktmengen die realen Stückkosten sinken

c - mit zunehmender Produkterfahrung das Kostensenkungspotential sinkt

➲ Frage 7

Welcher Begriff gehört nicht dazu?

a - Star

b - Dog

c - Bull

d - Question Mark

e - Cow

➲ Frage 8

Die Marktnischenstrategie bezeichnet ...

a - eine Strategie, mit der der Anbieter versucht, seinen Marktanteil zu steigern, also die Nische zu verlassen.

b - eine Strategie, mit der der Anbieter bewusst auf Nischenmärkte setzt.

c - eine Strategie, mit der der Anbieter den Markt in einzelne Nischen aufteilt, um so jeden Teilmarkt zu bedienen.

MRU ©

➲ Frage 9

Der Begriff der Panelsterblichkeit bezeichnet ...

a - die Gefahr, dass Panel-Teilnehmer bei der Teilnahme verunglücken.

b - das Problem, dass sich die Zahl der Panel-Teilnehmer im Laufe der Zeit verringert.

c - das Problem, dass die durch Panels erhaltenen Aussagen nur für begrenzte Zeit gültig sind.

➲ Frage 10

Bei welcher Preispolitik geht ein Unternehmen mit sehr niedrigen Preisen auf den Markt und erhöht sie dann im Laufe der Zeit?

a - Penetrationspolitik

b - Skimming-Preispolitik

c - Promotionspreispolitik

d - Prämienpreispolitik

MRU ©

Text 4. ONLINE-MARKETING

► ***1. Lesen Sie und übersetzen Sie den Text.***

Online-Marketing (auch *E-Marketing* oder Internet-Marketing genannt) sind alle Marketing-Maßnahmen, die mit Hilfe des Internets erfolgen können. Teilgebiete sind klassische Online-Werbung, Suchmaschinen-Marketing, E-Mail-Werbung/E-Mail-Marketing, Affiliate-Marketing und Artikel-Marketing.

Das Online-Marketing ist Teil des Marketing-Mix.

Mit Suchmaschinen-Marketing bezeichnet man im Allgemeinen alle Maßnahmen, die auf die gute Auffindbarkeit einer Webpräsenz auf den Ergebnisseiten von Suchmaschinen hinzielen. Dies wird erreicht durch: die Schaltung von bezahlten Suchmaschinen-Ergebnissen in Google (Google AdWords), Yahoo (Yahoo Search Marketing) und MSN (Microsoft adCenter) sowie anderen Suchmaschinen.

Der Versand von Marketing-Botschaften mittels E-Mail. E-Mail-Marketing ist das Äquivalent zu Direktmarketing im Offline-Bereich, also Postversand von Werbemitteln.

Der Versand von Werbung per E-Mail unterliegt auch rechtlichen Beschränkungen. In Deutschland regeln verschiedene Gesetze den Versand und bestimmte Pflichtangaben in geschäftlichen E-Mails

Beim Affiliate-Marketing nutzt der Marketing-Betreiber eine Vielzahl von Partnern (engl. Affiliates), um seine Dienstleistung oder sein Produkt zu vermarkten. Vorteil ist die Verteilung des Marketing-Aufwandes auf mehrere Partner.

MRU © MRU

► ***2 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Deutsche, Durchschnitt, erwartet, gegenüber, Gesellschaft, gewachsen, Internet, ist, Jahren, liest, Marktstrategien, nutzen, online, Prozent, Steigerung, stellt, Umsätze, Werbung, Zeitschriften, Zielgruppe.

Weltweit _____ rund 900 Millionen Menschen das _____ _____ . Rund 55 _____ der Deutschen (35,50 Mio.) sind laut AGOF _____ . Die Vernetzung der _____ _ und Wirtschaft durch das Internet _____ große Anforderungen an die _____ der Unternehmen. Fast jede _____ ist inzwischen online. Im _____ _____ nutzt heute jeder _____ das Internet täglich 58 Minuten, _____ aber nur 26 Minuten Zeitungen und 18 Minuten _____ . Online-_____ in Deutschland boomt. Das Internet _____ das einzige Werbemedium, dessen __ _____ in den letzten drei _____ deutlich _____ _____ sind. Für 2007 _____ Digitale Wirtschaft eine _____ um 27 Prozent _____ dem Vorjahr.

MRU ©

TEST ZUM THEMA ONLINE-MARKETING

➲ Frage 1

Was ist Online-Marketing?

a - Online-Marketing sind alle Maßnahmen oder Maßnahmenbündel, die darauf abzielen, Nutzer auf eine bestimmte Internetpräsenz zu lenken, von wo aus sie Geschäfte machen oder anbahnen können.

b - Online-Marketing ist das Einrichten und Betreiben einer Internetpräsenz, um die Produkte eines Unternehmens optimal darzustellen.

c - Online-Marketing sind Maßnahmen oder Maßnahmenbündel, die darauf abzielen, produktrelevante Zielgruppen mit der notwendigen Technik für den Internetzugang auszustatten.

➲ Frage 2

Was ist ein Weblog?

a - Weblogs sind Newsportale, über die Zeitungen Informationen in „Echtzeit“ verbreiten.

b - Weblogs beschreiben eine Ansammlung von Links. Durch solche Bündelungen lassen sich Informationen optimal vernetzen.

c - Weblogs sind einfache Content Management Systeme, über die Blogger ohne HTML-Kenntnisse im Web Kommentare abgeben können.

➲ Frage 3

Welches Instrument gehört nicht zum Online-Marketing?

a - Suchmaschinenmarketing

b - Banner

c - Affiliate-Marketing

d - E-Commerce

e - Teleshopping

MRU ©

➲ Frage 4

Was heißt Targeting (Zielgruppenansprache) der 3. Generation?

a - Es geht um das Erheben soziodemografischer Daten.

b - Es geht um das Erheben astrologisch relevanter Daten.

c - Es geht um das Erheben psychografischer Daten.

➲ Frage 5

Was ist die wichtigste Stellschraube im Suchmaschinenmarketing?

a - Das Keyword-Repertoire und die Frage: "Was sucht meine Zielgruppe wie?"

b - Die Auswahl strategisch wertvoller Portale mit günstigen Anzeigenplätzen.

c - Das Belegen generischer Begriffe wie Reise, Möbel, Kosmetik oder Versicherung. Dies bringt Quote und generiert Käufer

➲ Frage 6

Worauf baut das Virale Marketing?

a - Die Nutzer haben Spaß an der Botschaft und empfinden die Art der Darstellung nicht als unerwünschte Werbung.

b - Cookies oder anderen Applikationen können zuverlässig aufzeigen, wie sich Kunden im Internet verhalten.

c - Die Zahl der E-Mails, die eine Online-Kampagne auslöst, ist Indikator für deren Resonanz und indiziert den Informationsbedarf der Zielgruppe.

➲ Frage 7

Was gilt aktuell als sensibeles Instrument des Targeting im Online-Marketing?

a - Das gezielte Ansprechen von Kundengruppen auf Großveranstaltungen. Die Promotoren verteilen Flyer, die auf die Homepage eines Anbieters hinweisen.

b - Online-Marketeers buchen ihre Anzeigen bei Suchmaschinen-

MRU ©

Vermarktern nach Milieu-Typologien, die sich über Lebenswelt-modelle definieren.

c - Das Sammeln von E-Mail-Adressen der Bewohner einer bestimmten Region. Soziodemografische Merkmale sollen dabei helfen, diese für werbliche Aktionen zu selektieren.

MRU ©

Text 5. MARKTFORSCHUNG

► ***1. Lesen Sie den Text und bilden Sie Fragen zum Text.***

Die Marktforschung ist eines der wichtigsten Werkzeuge des Marketing, sie liefert aber auch Entscheidungshilfen für andere Unternehmensbereiche wie zum Beispiel das Controlling, Vertrieb und Business Intelligence.

Der Bereich der Marktforschung lässt sich in quantitative Marktforschung und qualitative Marktforschung unterteilen.

- Quantitative Marktforschung: Ziel besteht darin, nummerische Werte über den Markt zu ermitteln.
- Qualitative Marktforschung: Ziel ist, z. B. bestimmte Motive für bestimmte Verhaltensweisen im Markt herauszustellen sowie Erwartungen und Einstellungen zu ermitteln. Die Meinungs- und Motivforschung sind dabei als bedeutendstes Marktforschungsverfahren anzusehen.

Die Primäre Marktforschung gewinnt ihre Erkenntnisse aus der erstmaligen und direkten Untersuchung von Marktteilnehmern (Feldforschung, *field research*, *Primäranalyse*).

Eine weitere wichtige Forschungsmethode ist die Datenerhebung im Rahmen von Verbraucherpanels. Ein Verbraucherpanel ist eine große Stichprobe (oft 10.000 Fälle oder mehr) von Konsumenten. Diese protokollieren kontinuierlich ihre Einkäufe.

Die Sekundäre Marktforschung gewinnt ihre Erkenntnisse aus bereits erhobenen Daten oder aus der Auswertung von bereits durchgeführten Marktforschungen.

Quellen für die sekundäre Marktforschung können sein:

- Umsatzstatistiken
- Preislisten
- Berichte der Industrie- und Handelskammern (IHK)
- Geschäftsberichte anderer Unternehmen
- Prospekte, Kataloge

TEST ZUM THEMA MARKTFORSCHUNG

➲ Frage 1

Bei der Marktforschung unterscheiden Forscher grundsätzlich zwei Herangehensweisen:

a- die quantitative und die qualitative Marktforschung

b- die morphologische und die systemische Marktforschung

c- die analytische und die psychologische Marktforschung

➲ Frage 2

Wie unterscheiden sich die Primär- und die Sekundärforschung?

a- Das eine sind interne Daten, das andere sind externe Daten.

b- Das sind zwei Phasen eines Projekts: die Sekundärforschung folgt auf die Primärforschung.

c- Bei der Primärforschung werden die benötigten Daten eigens für das Projekt erhoben. Die Sekundärforschung greift auf vorhandenes Material zurück.

➲ Frage 3

Welche Phase gehört nicht in den Marktforschungsprozess?

a - Datengewinnung
b - Design

c - Definition und Klärung des Problems

d - Warteschleife

e - Dokumentation und Interpretation

f - Datenanalyse

➲ Frage 4

Eine Milieustudie ist ...

a - der Versuch, Strukturen des Rotlichtmilieus in anderen Gesellschaftsschichten wiederzufinden.

b - ein Ansatz, mit dem Marktforscher versuchen, zu verstehen, wie soziale Gruppen funktionieren.

c - eine identische Versuchsanordnung von mindestens drei Gruppen mit unterschiedlichem Haushaltseinkommen.

d - ein Forschungsansatz der 50er Jahre, den Marktforscher nicht länger verfolgen.

➲ Frage 5

Welche Aussage ist falsch? Qualitative Marktforschung ist ...

a- ein Vorgehen, bei dem es nicht darum geht, größere Stichproben und konkrete Zahlenwerte zu gewinnen und nach mathematisch-statistischen Verfahren zu analysieren.

b- ist ein forschungsökonomischer Ansatz aufgrund geringer Fallzahlen.

c- immer nur in Ansätzen valide.

d- eine Chance, über die individuelle Nachfragemöglichkeit, ein tiefes Verständnis für ein Verhalten zu gewinnen.

➲ Frage 6

Welches Argument spricht für den Einsatz der Gruppendiskussion in der Marktforschung?

a - Die Teilnehmer streben nach Konsens und entwickeln ein Gruppenverhalten.

b - Sie ist eine wertvolle Methode um Hypothesen zu finden.

c - Im Vertrauen auf den Einsatz der anderen Teilnehmer sinkt mit steigender Teilnehmerzahl das Engagement des Einzelnen.

d - Sie fördert neue und ungewöhnliche Ideen, die den Erlebnissen und Meinungen von Mehrheiten entspringen.

e - Den Teilnehmern lassen sich Äußerungen entlocken, die deren tiefer liegende Meinungen und Einstellungen transparent machen.

MRU © MRU © MRU

➲ Frage 7

Marktforscher beschäftigen sich auch mit der Frage, wie sie Endkunden motivieren, ihre Ideen in einer Community preiszugeben. Welcher Bereich profitiert am meisten?

a - Controlling

b - Beschwerdemanagement

c - Werbung

d - Produktinnovation

e - Event Marketing

➲ Frage 8

Bei Werbe-Pretests sind die Meinungen nach wie vor geteilt. Welche Aussage gehört nicht zu den Argumenten der Gegner?

a - Pretests sind nicht ausreichend sensibel, um die subtilen Wirkungen und eine erst langfristig einsetzende Werbewirkung anzuzeigen.

b - Pretests arbeiten mit den falschen oder unvollständigen Kriterien.

c - Pretests testen Kampagnen tot und bewerten nicht die kreative Leistung

d - Es gibt neue Pretestmethoden, die die Werbewirkung sensibel messen und sicherstellen, welche Veränderungen ein Werbemittel in der Produktwahrnehmung und Markenaffinität tatsächlich auslöst.

MRU ©

Text 6. UNTERNEHMENSFORMEN

► ***1 Lesen Sie und übersetzen Sie den Text.***

Das Unternehmen (auch: die Unternehmung) ist die rechtlich-finanzielle Form von Wirtschaftseinheiten. Die Unternehmen in Deutschland können unterteilt werden in:

- Einzelunternehmen
- Kapitalgesellschaften
- Personengesellschaften
- Genossenschaften.

Im Einzelnen wird zwischen folgenden wichtigen Unternehmensformen unterschieden:

Einzelunternehmen

Das Einzelunternehmen ist dadurch charakterisiert, dass eine einzelne Person (ein Einzelunter-nehmer, ein Inhaber) das Unternehmen ohne Gesellschaft betreibt. Der Einzelunternehmer ist alleiniger Eigentümer des Unternehmens. Er bestimmt die Höhe seiner Kapitaleinlage und entscheidet alles selbst.

Der Einzelunternehmer haftet persönlich und unbeschränkt für alle Verbindlichkeiten des Unternehmens, das heißt, er haftet sowohl mit dem Vermögen des Unternehmens als auch mit seinem gesamten Privatvermögen. Er ist allein am Gewinn und Verlust beteiligt.

offene Handelsgesellschaft (oHG)

Die oHG ist eine Personengesellschaft mit mindestens zwei Eigentümern, den Gesellschaftern. Die Gesellschafter haften solidarisch und unmittelbar, das heißt, jeder einzelne Gesellschafter kann zu jedem beliebigen Zeitpunkt mit seinem Vermögen für die gesamten Verbindlichkeiten der Gesellschaft haftbar gemacht werden.

Gemäß dem Gesetz sind alle Gesellschafter an der Geschäftsführung und Vertretung beteiligt. Das heißt, sämtliche Gesellschafter haben das Recht, die oHG im Innenverhältnis zu leiten (Geschäftsführung) und im Namen der oHG im Außenverhältnis aufzutreten (Vertretung).

Am Gewinn bzw. Verlust sind ebenfalls alle Gesellschafter beteiligt.

Kommanditgesellschaft (KG)

Die KG ist eine Personengesellschaft, die 2 Arten von Gesellschaftern hat: Komplementäre (Vollhafter) und Kommanditisten (Teilhafter). Sie sind die Eigentümer der KG.

Gemäß dem Gesetz üben die Komplementäre die Geschäftsführung und Vertretung aus. Sie haften unbeschränkt, unmittelbar und solidarisch für die Verbindlichkeiten der Gesellschaft. Die Haftung der Kommanditisten ist auf die Höhe ihrer Kapitaleinlage beschränkt. Die Kommanditisten sind von der Geschäftsführung und Vertretung ausgeschlossen. Alle Gesellschafter sind in einem bestimmten Verhältnis am Gewinn und Verlust beteiligt.

Aktiengesellschaft (AG)

Die AG ist die klassische Form einer Kapitalgesellschaft.

Die Eigentümer der AG (die Aktionäre) sind mit Aktien am Grundkapital der Gesellschaft beteiligt. Der Nominalwert einer Aktie beträgt mindestens 5 DM. Das Grundkapital der AG muss mindestens 100 000 DM betragen. Die Aktionäre haften nicht mit ihrem Privatvermögen für die Verbindlich-keiten der AG. Mit der Aktie haben die Aktionäre das Recht auf einen Gewinnanteil (die Dividende) sowie das Stimmrecht in der Hauptversammlung. Die Organe der AG sind die Hauptversammlung, der Vorstand und der Aufsichtsrat.

Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)

Eine weitere Form einer Kapitalgesellschaft.

Die Eigentümer einer GmbH heißen Gesellschafter. Sie sind mit Einlagen am Stammkapital der Gesellschaft beteiligt. Das Stammkapital der GmbH beträgt mindestens 50 000 DM. Die Haftung der Gesellschafter für die Verbindlichkeiten der GmbH ist auf die Höhe ihrer Einlagen beschränkt. Gemäß dem Gesetz wird der Gewinn nach den Geschäftsanteilen verteilt.

Die Organe GmbH sind ein oder mehrere Geschäftsführer sowie die Gesellschafterversammlung.

eingetragene Genossenschaft (eG)

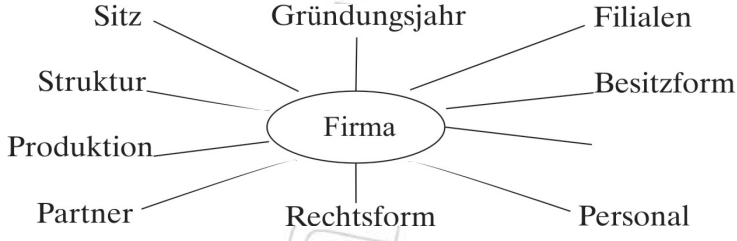
Die eingetragene Genossenschaft ist weder Personen- noch Kapitalge-

sellschaft. Sie ist ein wirtschaftlicher Verein, deren Mitglieder (die Genossen) die Idee der Selbsthilfe verwirklichen. Es gibt z. B. Wohnungs-, Konsum-, Kredit- und Einkaufsgenossenschaften.

Das Kapital der Genossenschaft setzt sich aus den Geschäftsanteilen von mindestens 7 Mitgliedern zusammen. Die Mitglieder sind zugleich Eigentümer der Genossenschaft. Die Haftung der Genossen sowie die Gewinn- und Verlustverteilung werden im Statut festgelegt.

Die Geschäftsführung und die Vertretung der Genossenschaft liegen in den Händen des Vorstandes. Weitere Organe sind der Aufsichtsrat und die Mitgliederversammlung.

► ***2. Charakterisieren Sie eine Firma nach folgenden Kriterien.***



► ***3. Welche Wortbestandteile passen zusammen? Ergänzen Sie den Artikel.***

Artikel	Bestimmungswort	Grundwort
der/ die/ das	Handel	Vertretung
_____	Verkauf	Mittel
_____	Ware	Gesellschaft
_____	Haushalt	Wein
_____	Leben	Artikel
_____	Aktie	Marke
_____	Marke	Programm

► ***4 Ordnen Sie das jeweils passende Verb zu.***

- Menschen
- mit Verkaufsbüros
- eine Niederlassung
- mit Lebensmitteln
- den Hauptsitz
- zum Verkaufsprogramm
- mit Unternehmen

► ***5 Bilden Sie Sätze mit diesen Wortverbindungen.***

zusammen arbeiten
beschäftigen operieren
handeln haben gehören
gründen

► ***6 Ersetzen Sie die fett gedruckten Wörter durch Synonyme.***

a. Die Handelsfirma hat ihren **Standort** in Berlin. Die Firma hat mehrere eigenständig operierende **Filialen**.

b. Die **Handelsvertretung** in Berlin wurde 1999 geöffnet.

c. Die deutsche Firma sucht einen Partner, der den **Verkauf** ihrer Produkte in Paris übernehmen kann.

d. Der Betrieb hat einen **Umsatz** von 5 Mio. DM.

e. In erster Linie handelt die Firma mit **Lebensmitteln.**

f. Die Firmenleitung versammelte sich zu einer **Sitzung.**

MRU ©

► ***7 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

ausübt, beschreibt, engeren, handelsrechtliche, handwerkliche, nachgehen, unabhängig, Unternehmen, wirtschaftliche, wirtschaftlichen.

Im _____ Sinne ist ein Unternehmen jede Einheit, _____ _____ von ihrer Rechtsform, die eine _____ _____ oder gemeinnützige Tätigkeit _____ . Der Begriff _____ also eine „Aktivität“ und zunächst keine Firma. Als _____ zählen insbesondere auch jene Vorhaben, die eine _____, freiberufliche, oder _____ Arbeit als Einzelunternehmen- oder Familienbetriebe ausüben sowie Personen- und Kapitalgesellschaften, die regelmäßig einer _____ Tätigkeit _____ .

► ***8 Setzen Sie die folgenden Präpositionen in die Lücken im Text:***

auf, bei, durch, durch, für, für, gegen, mit, mit, um, von.

Die einfachste Art der Unternehmensgründung ist eine Gewerbeanmeldung _____ der für den betreffenden Ort zuständigen Behörde (Gewerbe- oder Ordnungsamt). Die Anmeldung erfolgt ausschließlich _____ den Vor- und Zunamen des Unternehmers. Kleingewerbetreibende haften _____ ihrem gesamten Vermögen. Dieses Risiko können Sie aber _____ Versicherungen teilweise absichern. • _____ Gesellschaften des bürgerlichen Rechts gelten ähnliche Grundsätze wie _____ den Kleingewerbetreibenden. Im Grunde handelt es sich dabei ____ einen Zusammenschluss _____ Kleingewerbetreibenden, der _____ einen so genannten Gesellschaftsvertrag schriftlich festgehalten wird. Auch die Gesellschafter einer GbR haften grundsätzlich alle sowohl _____ ihrem Geschäfts- als auch mit ihrem Privatvermögen. Gläubiger können Forderungen _____ die Gesellschaft, die Gesellschafter und beide zugleich gerichtlich geltend machen.

► **9** ***Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Aufwand, Bilanz, einzuzahlen, entspricht, Gesellschaft, Gesellschaftern, Kapitaleinlagen, Kreditwürdigkeit, Mindestkapital, Nachteile, Person, Personengesellschaft, Vorteil .

Die GmbH ist keine _____, sondern eine Kapitalgesellschaft. Das heißt, nicht Sie als _____, sondern die _____ haftet. Das ist der größte _____ der GmbH. Das Gesetz schreibt ein _____ von 25.000 € vor, wovon schon bei der Gründung von allen _____ zusammen mindestens die Hälfte _____ ist. Die Haftung der GmbH _____ der Höhe der _____ . Eine GmbH muss zwingend eine _____ vorlegen, was mit hohem _____ verbunden ist. Weitere _____ sind ferner der Gründungsaufwand sowie die geringe _____ gegenüber Banken.

MRU ©

Text 7. BANKEN

► ***1 Lesen Sie und übersetzen Sie den Text. Bilden Sie Fragen zum Text.***

Banken sind Unternehmen,die Kredite vermitteln und bereit stellen, Geldanlagemöglichkeiten eröffnen sowie den bargeldlosen Zahlungsverkehr abwickeln und vereinfachen. Die wichtigste volkswirtschaftliche Aufgabe der Banken besteht darin, Gelder von Sparern anzunehmen und als Kredite an Unternehmen und Haushalte zur Finanzierung von Investitions- bzw. Konsumgütern zu vergeben. Banken arbeiten weitgehend mit fremden Geld. Für ihre Ertragslage entscheidend ist die Zinsspanne d.h. die Differenz zwischen den (vor allem aus Krediten) erzielten Zinserträgen und den bezahlten Zinsen. Da Banken Sammelstellen für grosse Teile des Volksvermögens sind, unterliegen sie der staatlichen Bankenaufsicht.

Als Bankgeschäfte gelten Einlagen-, Kredit-, Diskont-, Effekten-, Depot-, Investment-, Garantie- und Girogeschäfte. Betriebswirtschaftlich werden sie eingeteilt in Aktivgeschäfte (unter anderen Gewährung von Kontokorrent-, Diskont-, Lombard-, Aval- und Akzeptkrediten sowie von langfristigen Krediten mit und ohne Sicherung durch Grundpfandrechte). Andere wären die Passivgeschäfte (Entgegennahme von Sicht-, Termin- und Sparanlagen, Ausgabe von Sparbriefen, Pfandbriefen, Kommunalobligationen) und Dienstleistungsgeschäfte (Zahlungsverkehrs- und Inkassogeschäfte, Wertpapiergeschäfte wie Effektenhandel für fremde Rechnungen, Depot-, Emmisons-, und Geldgeschäfte, Anlageberatung, Vermögensverwaltung, Beratung in Finanzierungsfragen, Treuhändleraufgaben). Der Rechtsbeziehung zwischen den Banken und ihren Kunden liegt in der Regel ein Geschäftsbesorgungsvertrag zugrunde, dessen Inhalt die vielfältigen Bankgeschäfte wiederspiegelt und dessen rechtliche Beurteilung von der jeweils konkreten Rechts- und Pflichtanlage bestimmt wird. Eine detaillierte Regelung enthalten die allgemeinen Geschäftsbedingungen der Bank, deren Text frei zugänglich ausliegen muss. Grundsätzlich bestehen zu Lasten der Bank Aufklärungs- und Auskunftspflichten (Sorgfaltspflichten) sowie die Pflicht zur Wahrung des Bankgeheimnisses.

► **2 *Finden Sie ein passendes Wort aus dem Text zu den folgenden Verben.***

erzielen	vermitteln	abwickeln
bezahlen	eröfnen	
uterliegen	annehmen	

► ***3 Klären Sie Begriffe der Aktivgeschäfte, der Passivgeschäfte und Dienstleistungsgeschäfte. Ziehen Sie ein Lexikon zu Rate.***

► ***4 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Aktiv, Bedürfnisse, Dienstleistungsgeschäften, Einstellung, erkennen, genommen, Geschäfte, handelt, Kontokorrentkredite, niederschlagen, Passivseite, Spareinlagen, verwendete, werden, zahlen, Zahlungsverkehr.

Bankdienstleistungen _____ von Kunden in Anspruch _____ _____, um bestimmte finanzielle _____ zu befriedigen. Das bekannteste und in der Praxis am häufigsten ____ _____ Systematisierungsschema unterscheidet zwischen _____, Passiv- und sonstigen _____ _____ . Das hinter dieser tradltionellen _____ _____ steckende Ordnungsprinzip ist die Bilanzwirksamkeit der einzelnen _____ . Bei den Aktiv- und Passivgeschäften _____ es sich um bilanzwirksame Bankgeschäfte, da sie sich aus Sicht der Kreditinstitute entweder auf der Aktivseite in Form von Forderungsbeständen (zum Beispiel _____ _____, Ratenkredite,) oder auf der _____ in Form von Verbindlichkeitsbeständen (zum Beispiel _____ ___, Ausgabe von Bankschuldverschreibungen) in der Bilanz _____ _____ . Die sonstigen Dienstleistungsgeschäfte, wie beispielsweise _____ oder Wertpapiergeschäfte, _____ hingegen zu den bilanzunwirksamen Geschäften, da sie aus der Bilanz eines Kreditinstituts nicht zu _____ sind. _____.

Text 8. ARTEN DER BANKEN

► ***1 In welcher Reihenfolge ergeben die Abschnitte einen sinnvollen Text?***
Tragen Sie die Reihenfolge in die Kästchen ein.

☐ Auch gibt es Schiffspfandbriefbanken, die den Schiffsbau durch Gewährung von Schiffshypothekarkrediten finanzieren. Andere wären die Aussenhandelsbanken, Teilzahlungsbanken und Kreditinstitute mit Sonderaufgaben, die insbesondere Aufgaben des öffentlichen Interesses erfüllen, zum Beispiel die Deutsche Ausgleichsbank; oder auf internationaler Ebene die Weltbank.

☐ Effektenbanken, Finanzierungsbanken (Emmisions- oder Gründungsbanken) dienen vor allem der Unternehmensfinanzierung (besonders bei Aktien- und Anleihenemissionen, Gründungen von Aktiengesellschaften) und dem Effektenverkehr. Hypothekenbanken und öffentlich- rechtliche Grundkreditanstalten, auch Realkreditinstitute genannt, beschaffen sich ihre Finanzmittel vorwiegend durch Ausgabe von Pfandbriefen und Kommunalobligationen Ihre Finanzmittelanlage besteht in der Vergabe von Hypothekenkrediten und Kommunaldarlehen.

☐ Nach der Art der Bankgeschäfte wird unterschieden, zwischen Universalbanken, auch Geschäftsbanken genannt, und Spezialbanken. Universalbanken betreiben praktisch alle Bankgeschäfte, mit Ausnahme der Notenausgabe.

☐ Die früher bestehende Befürchtung, Interessenkollisionen aufgrund der verschiedenartigen Funktionen einer Universalbank seien unvermeidlich (zum Beispiel zwischen Kreditvergabe und Anleiheemission), hat sich in der Praxis nicht bestätigt.

MRU © MRU

- ☐ In Deutschland hat sich das Universalbanksystem historisch entwickelt, da es im 19. Jahrhundert während der Industrialisierung ebenso wie heute den Bedürfnissen der Wirtschaft am besten entsprach (Finanzierung aus einer Hand).

- ☐ Spezialbanken haben sich dagegen auf bestimmte Geschäfte spezialisiert. Dazu zählen Depositenbanken (vorwiegend in Großbritannien und in den USA), sie betreiben vorwiegend das Anlagen- und Kreditgeschäft, daneben auch Zahlungsverkehrsgeschäfte, Gründungs-, Emmisions-, und Beteiligungsgeschäfte werden von ihnen grundsätzlich nicht vorgenommen.

- ☐ Zu guter Letzt gibt es die Notenbanken. Nach der Rechtsform unterscheidet man zwischen privaten-, öffentlich- rechtlichen und genossenschaftlichen Kreditinstituten. International nimmt der Trend zur Universalbank zu.

- ☐ Dagegen sind die Vorteile des Universalbanksystems stärker hervorgetreten, zum Beispiel umfassendes Leistungsangebot für die Kunden, Kostenvorteile, geringere Konkursanfälligkeit und bessere Möglichkeiten eines innerbetrieblichen Verlustausgleichs.

► ***2 Bilden Sie Fragen zum Text und geben Sie den Inhalt des Textes wieder.***

MRU ©

Text 9. VOLKSWIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DER BANKEN

► ***1 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

auf, auf, aufgrund, bei, dafür, damit, für, für, für, für, hinsichtlich, in, in, in, indem, indem, mit, nach, von, von, vor wobei, wodurch, zudem.

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Banken liegt _____ allen ____ der Vermittlungsfunktion _____ Angebot und Nachfrage _____ Geld und Kapital, _____ die Banken eine Transformation ____ mehrfacher Hinsicht vornehmen:

1) Fristentransformation, _____ kurzfristig überlassene Gelder (Sicht-, Termin-, Sparanlagen) _____ längerfristige Kredite verwendet werden;

2) Losgrößentransformation, d.h. Umwandlung der relativ kleinen Beträge der Anleger, besonders der Sparer, ____ die _____ Kreditnehmer notwendigen größeren Summen;

3) Risikotransformation, _____ die _____ Kunden überlassenen Gelder _____ eine große Zahl Kreditsuchender verteilt werden, so dass sich das Ausfallrisiko insgesamt verringert; _____ sorgen Sicherungseinrichtungen der einzelnen Kreditinstitutsgruppen in der Bundesrepublik Deutschland _____, dass kein privater Anleger _____ einer Bankinsolvenz sein Geld verliert(= Einlagensicherung). - darüber hinaus übernehmen die Banken die volkswirtschaftlich wichtige Abwicklung des bargeldlosen Zahlungsverkehrs und bieten wichtige Beratungsleistungen _____ Unternehmer und Privatpersonen _____ _____ Geld-, Kredit- und Anlagefragen. _____ ihrer besonderen Stellung und Bedeutung _____ die Gesamtwirtschaft unterliegen die Banken in den meisten Ländern einer strengen und staatlichen Kontrolle (= Bankenaufsicht).

Da die Kreditvergabe der Banken _____ der Schöpfung von Giralgeld (Buchgeld) verbunden ist, _____ die Währung und _____ ____ das volkswirtschaftliche Gleichgewicht berührt werden, üben die

Noten-Banken (in der Bundesrepublik Deutschland = Deutsche Bundesbank) mit ihrem geldpolitischen Instrumentarium Einfluß _____ die Kredit- und Giralgeldschöpfung der Banken aus.

► ***2 Übersetzen Sie den Text und bestimmen Sie die Art der Nebensätze.***

► ***3 Bilden Sie Fragen zum Text.***

► ***4 Geben Sie den Inhalt des Textes wieder.***

MRU ©

Text 10. BANKWESEN IN DEUTSCHLAND

► ***1 Lesen Sie und übersetzen Sie den Text.***

Das oberste Organ ist die Deutsche Bundesbank, als Zentralnotenbank mit elf Landeszentralbanken in den zehn Bundesländern und Berlinwest. Im Bankwesen vorherrschend sind die Universalbanken. Sie vereinigen rund 75% des Geschäftsvolumens in sich. Nach der Statistik der Deutschen Bundesbank wird unterschieden zwischen folgenden Bankgruppen:

1. Kreditbanken, das sind Banken, die in privater Rechtsform geführten Universalbanken. (Großbanken, Regionalbanken und sonstige Kreditbanken, Zweigstellen ausländischer Banken, Privatbankiers)
2. Girozentralen
3. Sparkassen
4. genosenschaftliche Zentralbanken
5. Kreditgenossenschaften
6. Realkreditinstitute (private Hypothekenbanken und öffentlich-rechtlichen Grundkreditanstalten)
7. Teilzahlungskreditinstitute
8.Kreditinstitute mit Sonderaufgaben.

Gemessen am Geschäftsvolumen haben (1985) die öffentlich-rechtlichen Kreditinstitute mit 49,9% den größten Markanteil. Die privaten Banken folgen mit 32,8% vor den genossenschaftlichen Instituten mit 17,3%. Trotz unterschiedlich gesetzter geschäftlicher Schwerpunkte besteht zwischen den drei Institutsgruppen heute keine Arbeitsteilung mehr. Ausländische Banken unterliegen in der Bundesrepublik Deutschland keinen besonderen Zugangsbeschränkungen.

► ***4 Diskutieren Sie in der Gruppe zum Thema: Bankwesen in Litauen.***

MRU

Text 11. AUFGABEN UND ZUSTÄNDIGKEITEN DER BUNDESBANK

► ***1 Lesen Sie und übersetzen Sie den Text. Bilden Sie einen Plan zum Text.***

Die Bundesbank ist – wie die anderen Notenbanken des Euro-Währungsgebiets - gemeinsam mit der Europäischen Zentralbank (EZB) verantwortlich für die Erfüllung der währungspolitischen Aufgaben des Eurosystems. Geldpolitische und andere Entscheidungen für das Eurosystem werden nicht von der EZB, sondern vom EZB-Rat getroffen, in dem die Präsidenten der nationalen Zentralbanken des Euro-Gebietes und die Mitglieder des EZB-Direktoriums vertreten sind. Die Entscheidungen des EZB-Rats werden von den nationalen Zentralbanken umgesetzt. Die Bundesbank ist zudem in allen Ausschüssen (*Committees*) und Arbeitsgruppen des Eurosystems vertreten. Die Aufgaben der Bundesbank sind im Bundesbankgesetz (BBankG) und im EG-Vertrag festgelegt.

Für die Bundesbank stehen folgende fünf Geschäftsfelder im Zentrum der strategischen Ausrichtung:

- Preisstabilität im Euro-Raum
- Stabiles Finanz- und Währungssystem
- Sicherheit und Effizienz von Zahlungsverkehrs- und Abwicklungssystemen
- Effiziente Bargeldversorgung und Infrastruktur
- Funktionsfähigkeit der deutschen Kredit- und Finanzdienstleistungsinstitute

Die Bundesbank wirkt als integraler Bestandteil des Europäischen Systems der Zentralbanken (ESZB) daran mit, die Preisstabilität im Euro-Raum zu gewährleisten.

Ein stabiles nationales und internationales Finanz- und Währungssystem ist wegen der engen Wechselbeziehung zur Geldwertstabilität unabdingbare Voraussetzung für die Erfüllung des Stabilitätsauftrages. Die Überwachung und Weiterentwicklung des internationalen Währungs- und Finanzsystems stellt eine weitere wichtige Aufgabe der Bundesbank dar. Die Bundesbank arbeitet dazu in zahlreichen europäischen und internationalen Gremien mit.

Im Rahmen der Sicherung der Finanzmarktstabilität wirkt die Deutsche Bundesbank bei der Gestaltung der Finanzmarktregulierung, bei Fragen der Fortentwicklung des Wertpapier- und Börsenwesens sowie bei der Weiterentwicklung des deutschen Finanzplatzes mit.

Die Bundesbank trägt die Verantwortung für die Bargeldversorgung in Deutschland. Zudem sorgt sie für eine hohe Qualität der Banknoten, das sofortige Aussondern von Falschgeld aus dem Zahlungsverkehr und eine wirkungsvolle Falschgeldprävention.

Die Aufgaben der Bundesbank im baren Zahlungsverkehr sind:

- Sicherstellung einer reibungslosen Bargeldversorgung,
- Gewährleistung eines guten Gebrauchszustand der umlaufenden Banknoten,
- Verringerung des Fälschungsrisikos sowie sofortige Erkennung und Aussonderung von Falschgeld.

Die Bundesbank übernimmt in Deutschland maßgebliche Aufgaben im Rahmen der Bankenaufsicht und trägt damit zur Sicherung der Funktionsfähigkeit der deutschen Kredit- und Finanzdienstleistungsinstitute sowie zur Stabilität des Finanzsystems bei.

Des Weiteren übernimmt die Deutsche Bundesbank :

- die Verwaltung der Währungsreserven der Bundesrepublik Deutschland,
- die Verwaltung eines wesentlichen Teils der Währungsreserven der Europäischen Zentralbank (EZB) im Auftrag und gemäß den Rahmenbedingungen der EZB,
- Dienstleistungen für die öffentliche Hand (Kontoführung und Abwicklung des Zahlungsverkehrs, Mitwirkung beim Schuldenmanagement, Vermögensverwaltung), die unentgeltlich angeboten werden, und für andere Zentralbanken.

► ***2 Finden Sie passende Adjektive zu den folgenden Wörtern aus dem Text.***

Bargeldversorgung	Finanzsystem
Banknoten	Gremien
Zahlungsverkehr	Aufgaben
Entscheidungen	

► ***3 Nennen Sie Synonyme zu den folgenden Wörtern.***

gewährleisten, verantwortlich, umsetzen, darstellen, mitarbeiten, mitwirken.

► ***4 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

ehemaligen, Einführung, einheitliche, errichtet, führen, ging, Kreditinstituten, Länder, nachgeordnet, selbständigen, Städten, trug, untergliedert, Verantwortung, Verwaltungen, Zentralbank, zuständig.

Organisation der Deutschen Bundesbank

Die Deutsche Bundesbank ist die _____ der Bundesrepublik Deutschland. Sie wurde 1957 als _____ Notenbank _____ . Sie _____ aus dem zweistufigen Zentralbanksystem mit der Bank deutscher _____ und den damals rechtlich _____ Landeszentralbanken hervor, das seit der _____ der Deutschen Mark am 21. Juni 1948 die _____ für die deutsche Wäh-

rung _____ . Heute sind die _____ Landeszentralbanken als Hauptverwaltungen der Deutschen Bundesbank für jeweils ein oder mehrere Bundesländer _____ . Sitz der Zentrale der Bundesbank ist Frankfurt am Main, Die Bundesbank ist _____ _____ in neun Hauptverwaltungen: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Hannover, Leipzig, Mainz, München und Stuttgart. Ihnen _____ sind 47 Filialen in den größeren _____ der Bundesrepublik. Sie _____ die Geschäfte der Bundesbank mit den _____ _____ und den öffentlichen _____ in ihrem jeweiligen Bereich.

5 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:

aufbewahrt, Aufsicht, Ausgabe, ausgegeben, ausleihen, Bank, bleibt, eingeführt, eingehalten, einstehen, entscheidet, gegründet, gehören niedrig, passt auf, regelt, Vermögen, verwaltet, Vorschriften, zuständig.

Deutsche Bundesbank

Die Deutsche Bundesbank ist die oberste deutsche Bank. Sie _____ ___ den Geld- und Zahlungsverkehr und _____ die Reserven des Staates (also zum Beispiel das Gold, das in staatlichen Safes _____ wird, oder anderes _____, das im Besitz des Staates ist). Außerdem hat die Deutsche Bundesbank die _____ darüber, dass alle Regeln und _____ _____ im deutschen Bankenwesen _____ werden. Die Gewinne der Bundesbank _____ dem Staat, aber der Staat muss auch für die Verluste _____ . Wenn eine Bank oder Sparkasse sich Geld _____ muss, leiht sie es von der Deutschen Bundesbank. Bis 2002 war die Bundesbank auch für den Druck und die _____ der deutschen Banknoten _____ _____ . Dann wurde der Euro _____ . Eine neu gegründete _____, die Europäische Zentralbank (EZB), die wie auch die Bundesbank ihren Sitz in Frankfurt am Main hat, ist nun über die Bundesbank gestellt. Sie _____, wie viele Banknoten innerhalb der EU-Länder, in denen die Euro-Währung eingeführt wurde, _____ werden. Die EZB _____ zusam-

men mit der Bundesbank und anderen europäischen Banken auch darauf _____, dass die Gemeinschaftswährung Euro stabil _____, also die Inflationsrate möglichst _____ ist. Die Deutsche Bundesbank wurde 1957 als unabhängige deutsche Zentralbank _____ _____.

► ***6 Projektarbeit zum Thema: Das litauische Bankwesen.***

MRU ©

Text 12. EUROPÄISCHE ZENTRALBANK

► ***1 Lesen Sie den Text. Bilden Sie Fragen zum Text.***

Die Europäische Zentralbank (EZB) mit Sitz in Frankfurt am Main ist die Zentralbank für das Euro-Währungsgebiet. Sie wurde 1998 gegründet. Die EZB und die 13 Zentralbanken der Teilnahmeländer der Europäischen Wirtschafts- und Währungsunion (EWWU) bilden das Eurosystem, das für die Geldpolitik im gemeinsamen Währungsraum verantwortlich ist.

Zentrale Aufgabe der EZB ist die Wahrung der Preisstabilität, also die dauerhafte Sicherung der Kaufkraft des Euro. Sie hat zudem das alleinige Recht Euro-Banknoten auszugeben. Darüber hinaus verwaltet die EZB einen Teil der offiziellen Währungsreserven der Mitgliedstaaten, führt Devisengeschäfte durch und unterstützt den reibungslosen Ablauf der Zahlungssysteme. Bankgeschäfte mit Privatpersonen und Unternehmen werden von der EZB allerdings nicht getätigt.

Die EZB ist in ihren Entscheidungen von Regierungen und der Europäischen Kommission unabhängig. Die geldpolitischen Beschlüsse werden vom EZB-Rat getroffen. Er besteht aus den sechs Mitgliedern des EZB-Direktoriums sowie den Präsidenten der nationalen Zentralbanken der Länder des Euro-Raums. Der Präsident der Deutschen Bundesbank ist also ebenfalls Mitglied des obersten Entscheidungsgremiums der EZB. Der EZB-Rat tritt in der Regel zweimal im Monat – meist in Frankfurt – zusammen.

MRU ©

► ***2 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

abgewickelt, Bankgeschäfte, Bankgeschäfte, Daueraufträgen, erledigen, Kontobewegungen, Kontostands, Umfrage, Vorteile, Überweisungen.

Online Banking

Unter Online Banking versteht man die Abwicklung der _____ _____ über Computer oder Smartphones. Die Angebotspalette reicht von der Abfrage des _____ über die Durchführung von _____ und die Einrichtung von _____ bis zu individuellen Auswertungen von _____ . Alle _____ _____ kann der Kunde bequem und sicher von zu Hause _____ _____ – und das rund um die Uhr. Für ihn sind Finanztransaktionen, die online _____ werden, zudem meist preiswerter als Geschäfte am Bankschalter. Nach einer _____ des Bundesverbandes deutscher Banken nutzen inzwischen rund 34 Prozent der Deutschen die _____ des Online Banking.

► ***3 Fassen Sie den Text kurz zusammen.***

Die Geschichte des Bankwesen

Das Bankwesen breitete sich schnell über alle Handelsplätze aus. In Paris gab es zum Beispiel bereits im 13. Jh. 80 Lombarden (Geldwechsler aus der Lombardei in Oberitalien). Im 14. und 15. Jh. wurde das Bankwesen durch den Ausbau des Bargeldlosen Zahlungsverkehrs (Wechsel, Scheck, Indossament) verfeinert. Die Kurie, sonstige kirchliche Anstalten, Könige und Fürsten nahmen die Dienste der großen Bankiers in Anspruch und belohnten sie durch Nobilitierung (Nobilität => Adel) und andere Ehrungen. Große Bankierfamilien waren Medici und die Fugger. Neben den großen Privatbankiers traten öffentliche (staatlich/ städtische) Banken hinzu. Paris, Frankfurt, Hamburg, Wien, Berlin, Amsterdam(16.Jh.) und London(18.Jh.) wurden im 19. Jahrhundert zu wichtigen europäischen Bankplätzen. Die Bedeutung der Notenausgabe für die Wirtschaft rückte erst nach und nach in den Vordergrund. Ausschlaggebend hierfür war die

Notwendigkeit, das Metallgeld durch ein den Bedürfnissen der Wirtschaft angepasstes Zahlungsmittel zu ergänzen. Die Banknotenausgabe ermöglichte die Deckung des steigenden Geld- und Kreditbedarfs der schnell wachsenden Wirtschaft im 19. Jahrhundert. Die ursprünglich zahlreichen Banken eingeräumten Berechtigungen zur Notenausgabe wurden von diesen bald freiwillig aufgegeben oder ihnen im Zuge der Zentralisierung des Notenbankwesens (Schaffung von Zentralbanken) wieder entzogen. Für die Entwicklung in Deutschland waren neben den vielfältigen Verbindungen nach Oberitalien und nach den Niederlanden die Zuwanderungen Antwerpener Geldwechsler und Bankiers von Bedeutung, vor allem in Frankfurt/Main und Hamburg. Eine besondere Erscheinung des 17. und 18. Jh. war der jüdische Hoffinanzier (Hoffaktor). Dazu traten im Zuge der kameralistischen Politik staatliche oder staatlich angeregte und geförderte Staats- und Notenbanken, wie die königliche Giro- und Lehnbanco in Berlin (1765). Die meisten Privatbankiers übten bis zum Beginn des 19. Jh. Geldgeschäfte noch zusammen mit Handelsgeschäften aus. Das 19. Jh. ist zunächst noch durch ihre Vorherrschaft gekennzeichnet (z.B. durch die Bankierfamilien Rothschild, Bethmann, Mendelssohn und Oppenheim). Da die Kapitalkraft der Privatbankiers zur Finanzierung der schnell wachsenden Wirtschaft im Zeitalter der Industrialisierung nicht mehr ausreichte, gründeten sie in Deutschland seit 1850 große Aktienbanken. Diese wirkten als Emmisionshäuser, Gründungs- und Finanzierungsunternehmen (Wirtschaftsbanken). Hinzu kamen mehrere Gruppen von Spezialinstituten, z.B. Hypotheken-Banken, Kreditgenossenschaften und Sparkassen. Die um die Mitte des 19. Jh. in den deutschen Einzelstaaten gegründeten über 30 Notenbanken, verloren nach der Gründung der Deutschen Reichsbank nach und nach ihr Notenausgaberecht (die letzten 4 Privatnotenbanken 1935). Insgesamt erlebte das deutsche Bankwesen in der zweiten Hälfte des 19. und am Anfang des 20. Jh. einen steilen Aufstieg, der allerdings von einem bis in die Gegenwart andauernden Konzentrationsprozess begleitet wurde. Vor allem die Zahl der Privatbankiers ging ständig zurück. Durch die Inflation 1919 bis 1923 wurde die Kapitalbasis der Banken wesentlich verschlechtert, eine der Ursachen für die Bankenkrise von 1931. Nach dem Ende des 2. Weltkrieges wurden die Großbanken von der militärischen Regierung aufgelöst und im östlichen Deutschland enteignet. In den elf Ländern des westlichen Deutschlands wurden 1947/48 insgesamt 30 Nachfolgeinstitute für die drei Großbanken gegründet. 1952 folgte der Zusammenschluss dieser Nachfolgebanken zu jeweils 3 größeren Instituten in den drei Bankbezirken Nord, West und

Süd. 1957 wurde die Fusion der jeweiligen drei Nachfolgebanken zur Deutschen Bank, Dresdner Bank und Commerzbank beschlossen. Nur die Nachfolgeinstitute in Berlin (West) blieben rechtlich selbständige Tochterunternehmen.

MRU © MRU © MRU

Text 13. GLOBALISIERUNG

► ***1 Lesen Sie den Text und bilden Sie Fragen zum Text.***

Globalisierung ist eine altbekannte Erscheinung: grenzüberschreitende Wirtschaftsbeziehungen gibt es seit jeher. So importierte die Bundesrepublik schon 1950 Waren im Wert von 11,4 Mrd. DM und lieferte Waren im Wert von 8,4 Mrd. DM ins Ausland. Seit Mitte der 50er Jahre übersteigt der Wert der Ausfuhren den der Einfuhren. Im vergangenen Jahr war Deutschland „Exportweltmeister". Die außerordentlich hohe internationale Wettbewerbsfähigkeit deutscher Produkte wird damit eindrucksvoll belegt.

Die deutsche Wirtschaft hat in besonderem Maße von der Verschmelzung nationaler zu internationalen Märkten und insbesondere der europäischen Integration der Wirtschaft profitiert: durch ihre großen Exporterfolge und die Einfuhren neuer Technologien, durch den Zufluss ausländischen Kapitals und die Zuwanderung von Arbeitskräften. Deshalb setzt sich die Bundesregierung für eine weitere Vertiefung der internationalen Arbeitsteilung und offene Märkte ein.

Unternehmen, Investitionsstandorte und Wirtschaftssysteme sind heute einem immer intensiver werdenden internationalen Wettbewerb ausgesetzt. Dazu haben im wesentlichen vier Faktoren beigetragen: die zunehmend liberalisierte Weltwirtschaft mit offenen nationalen Märkten, der marktwirtschaftliche Kurs der ehemaligen Staatshandelsländer, der Aufholprozess der Schwellenländer und die neuen Informations- und Kommunikationstechnologien.

► ***2 Finden Sie im Text Wortverbindungen mit folgenden Wörtern:***

Aufholprozess, Verschmelzung, Kurs, Einfuhren, Wettbewerbsfahigkeit, Zufluss,Vertiefung, Zuwanderung.

► ***3 Geben Sie den Inhalt des Textes wieder.***

MRU ©

► ***4 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Arbeitsmärkte, Arbeitsteilung dargestellt effizienter, ergreifen, ermöglicht, Gewinner, gewinnt, globalen, Güter, Herkunftsländern, Nachfrage, produziert, Strukturwandels, Unsicherheit, unterschätzen, verhindern, Verlierern, verursachen, verändernde, Vorteile, wird, Wohlstand.

Auswirkungen der Globalisierung

Das hohe Tempo der _____ Veränderungen beschleunigt den Strukturwandel. Dabei wird es _____ und Verlierer geben. Die Sorge, zu den _____ zu gehören, schafft _____ und bei vielen Skepsis gegenüber dem Prozess der Globalisierung. Gewinner _____ es umso mehr geben, je mehr Menschen die Chancen des _____ erkennen und _____, ohne die Risiken zu _____ _____ . Denn Globalisierung ist - anders als oft _____ _____ - keine Auseinandersetzung um einen weltweit fest vorgegeben _____ . Sie ist kein Nullsummenspiel, in dem der eine _____, was der andere verliert. Sie _____ _____ es vielmehr jeder Nation, ihre komparativen _____ _____ in der Güterproduktion zu nutzen. Durch weltweit wachsende _____ steigen die Exporte, andere _____ _____ werden billiger importiert als selbst _____ und schaffen in ihren _____ mehr Einkommen und steigende _____ . So ermöglicht die internationale _____ bei funktionsfähigen Märkten hohe zusätzliche Wohlstandsgewinne, indem sie Produktionsfaktoren weltweit _____ einsetzt. Nicht funktionsfähige Märkte _____ hingegen Wohlstandsverluste. Denn sie _____ notwendige Anpassungen an sich _____ Rahmenbedingungen.

► ***5. Diskussionsthema: Sprechen Sie in der Gruppe über Globalisierungsprozesse in Litauen .Führen Sie konkrete Beispiele an.***

Text 14. FINANZKRISEN

► ***1 Lesen Sie den Text und und bestimmen Sie die Art der Nebensätze.***

Finanzkrisen sind Störungen des Finanzsektors, die mit schweren Problemen bei der Versorgung mit Geld und Kredit verbunden sind. Sie können durch unterschiedliche Faktoren ausgelöst werden: Schocks an den Wertpapiermärkten, politische Verknappung von Krediten, Druck auf Wechselkurse und Währungen, technologische Entwicklungen (New Economy), politische Ereignisse und anderes mehr. In den meisten Fällen geht den Krisen ein Boom voraus, in dem die Geld- und Kreditmenge stark steigt und die Risiken auch durch spekulative Finanzanlagen zunehmen. Wenn die Spekulationsblase platzt, kommt es zu massiven Zusammenbrüchen und/oder zu plötzlichen Kapitalabflüssen. Von deren Folgen sind auch nicht-spekulative Investoren, das Wachstum, die Beschäftigung und der Wohlstand ganzer Wirtschaften betroffen.

Die Schwere von Finanzkrisen wird üblicherweise an drei Kriterien gemessen: - dem Anteil der Kredite, die in der Krise notleidend werden (Kreditausfallrate), - den fiskalischen Kosten, die dadurch entstehen, dass dem Staat Steuereinnahmen entgehen und er zusätzliche Ausgaben tätigen muss, um die Lage der von der Krise betroffenen Menschen zu bessern und den Finanzsektor zu sanieren, - den Wachstumsverlusten durch die Krise. Sie werden von der Weltbank berechnet als der Unterschied zwischen dem tatsächlichen Wachstum der Ökonomie während der Krise und dem Wachstum, das stattgefunden hätte, wenn die Ökonomie sich so weiter entwickelt hätte wie im Durchschnitt der drei Jahre vor der Krise.

► ***2 Nennen Sie Synonyme zu den folgenden Verben:***

Betreffen, auslösen, steigen, entgehen, stattfinden, entwickeln, zunehmen.

MRU

► ***3 Finden Sie im Text Wortverbindungen mit folgenden Wörtern:***

Finanzkrisen, Kosten, Wachstum, Krediten, Störungen, Druck.

► ***4 In welcher Reihenfolge ergeben die Abschnitte einen sinnvollen Text?***
Tragen Sie die Reihenfolge in die Kästchen ein.

FINANZKRISEN

☐ Weitere Vorschläge beziehen sich auf die Eindämmung kurzfristiger internationaler Kapitalflüsse durch eine Devisentransaktionssteuer (Tobinsteuer) und die vorsichtigere Liberalisierung des Kapitalverkehrs der ökonomisch sich entwickelnden Staaten (sog. Sequencing).

☐ Mit dem Wachstum, der Globalisierung und der zunehmenden Liberalisierung der Finanzmärkte seit Ende der 1970er Jahre ist eine zunehmende Anfälligkeit für Turbulenzen und Finanzkrisen verbunden. Sie manifestieren sich als Bankkrisen, Börsenkrisen und als Währungskrisen.

☐ Aber auch in den ökonomisch entwickelten Staaten wie Dänemark, Schweden, Italien und Japan gab es in den 1990er Jahren Finanzkrisen mit erheblichen schädlichen Folgen. Eine jüngere von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Weltbankgruppe zusammengestellte Übersicht zählt seit Beginn der 1980er Jahre 166 Finanzkrisen, von denen 119 einen "systemischen" Charakter haben, das heißt in ihren Wirkungen über den engen Bankenbereich hinausgehen.

☐ Die weitaus meisten Finanzkrisen haben in den ökonomisch sich entwickelnden Staaten und insbesondere in den Schwellenländern stattgefunden, oft als Währungskrisen, in deren Verlauf feste Wechselkurse zusammenbrechen und massiver Kapitalabfluss stattfindet.

MRU © MRU

- ☐ Seit Ende der 1990er Jahre steht das Verhindern von Finanzkrisen auf der Tagesordnung internationaler Institutionen. Ein Versuch hierzu ist das ab 2007 in Kraft tretende Regelwerk Basel II, das eine bessere Risikokontrolle von Bankkrediten vorsieht.
- ☐ Es scheint sich auch nicht um ein Übergangsphänomen zu handeln, denn die Häufigkeit der Krisen hat in den 1990er Jahren nicht ab-, sondern zugenommen: Von den 84 "größeren" Krisen haben 30 in den 1980er und 50 in den 1990er Jahren begonnen. (Jüngere Auswertungen liegen nicht vor).
- ☐ Auch die (relative) Stabilisierung von Wechselkursen durch die Einführung von Zielzonen die in internationaler Kooperation gemanaged werden, werden immer wieder in die Diskussion gebracht.

► ***5 Finden Sie zu den folgenden Substantiven die passenden Adjektive.***

---------- Kooperation ---------- Übersicht

---------- Staaten ---------- Folgen

---------- Liberalisierung ---------- Bankenbereich

---------- Kapitalflusse ---------- Anfälligkeit

► ***6 Bilden Sie Fragen zum Text.***

► ***7 Geben Sie den Inhalt des Textes in einfachen Sätzen wieder.***

► ***8 Diskutieren Sie in der Gruppe über die Merkmale der Finanzkrise. Führen Sie konkrete Beispiele an.***

MRUM.RU ©

Text 15. MULTINATIONALE UNTERNEHMEN

► ***1 Lesen Sie den Text und bilden Sie Fragen zum Text.***

Im Jahr 1980 gab es etwa 17.000 Multinationale Unternehmen. Bis zum Jahr 2000 stieg die Gesamtzahl auf über 63.000 an und hat sich bis 2004 noch einmal deutlich auf 70.000 erhöht. Die Zahl der Tochterunternehmen der Multinationalen Unternehmen lag im selben Jahr bei etwa 690.000.

Die Entwicklung verlief in einzelnen Ländern unterschiedlich. Während sich die Anzahl der Multinationalen Unternehmen in Deutschland von 1979 bis 1998 von gut 4.600 auf fast 8.500 erhöht hat, ergeben sich für Japan und die USA geringere Steigerungsraten.

Dabei steht die Entwicklung in Japan und den USA nicht im Gegensatz zu einer zunehmenden Größe bzw. Marktmacht der MNU. Denn Größe und Konzentration werden auch durch Unternehmensfusionen gesteigert. Allein zwischen 1990 und 1999 ist die Zahl der Fusionen weltweit von rund 9.000 auf fast 25.000 gestiegen. Die Zahl der grenzüberschreitenden Fusionen wuchs im selben Zeitraum von gut 2.500 auf 7.125. Dieser Rekord wurde nur noch im Jahr 2000 mit knapp 8.000 Fusionen übertroffen. 2004 lag die Zahl der grenzüberschreitenden Fusionen bei 5.000. So genannte Megafusionen, mit einem Wert von über einer Milliarde US-Dollar, hatten 1990 einen wertmäßigen Anteil von 40,4 Prozent an den grenzüberschreitenden Fusionen. Nachdem sie in den Jahren 1999 (68,1 Prozent) und 2000 (75,7 Prozent) Spitzenwerte erzielten, sank der Anteil der Megafusionen wieder und lag 2004 bei 52,5 Prozent.

Multinationale Unternehmen können als treibende Kraft der Globalisierung betrachtet werden. Sie verfügen über große technische und finanzielle Ressourcen, ihr Anteil am Welthandel ist außerordentlich hoch. Gleichzeitig sind sie einer starken Konkurrenz ausgesetzt. Durch ihre Bedeutung für Investitionen und Beschäftigung ergibt sich parallel zu ihrer ökonomischen auch ihre politische Macht.

Bei der Zuordnung der MNU zu einzelnen Staaten ist der Hauptsitz des Mutterunternehmens entscheidend. Ein Mutterunternehmen ist ein Unternehmen, das mehr als die Hälfte der Stimmrechte an einem anderen Unter-

MPRU ©

nehmen hält oder als Anteilseigner über das Recht verfügt, die Mehrheit des Direktoriums des Tochterunternehmens zu benennen oder zu entlassen.

In Multinationalen Unternehmen sind die Tochtergesellschaften hinsichtlich der Produktions-, Beschaffungs- und Absatzpolitik vor Ort weitgehend autonom. Der Idealtyp des Transnationalen Unternehmens bezeichnet eine Form der Netzwerkorganisation, die geographisch nicht mehr konkret verortet werden kann. Die Unternehmensführung verpflichtet die teilautonomen Tochtergesellschaften auf strategische Unternehmensziele und die einzelnen Tochtergesellschaften übernehmen dann in den verschiedenen Staaten unterschiedliche funktionale Aufgaben. Produkte sind möglichst weit an nationale Erfordernisse angepasst, basieren auf gemeinsam entwickelten Basismodulen, gemeinsamer Forschung und Entwicklung.

► ***2 Fassen Sie den Inhalt des Textes zusammen .***

Kulturelle Globalisierung

Viele global agierende Markenkonzerne haben ihren Ursprung in den USA. Mit ihren Produkten erweitern sie nicht nur das Warenangebot in der jeweiligen Zielregion bzw. verdrängen regionale Produkte. Das Tragen von Nike-Schuhen, das Trinken von Coca Cola und das Essen bei McDonald‘s ist immer auch ein kultureller Ausdruck.

Im Globalisierungsdiskurs wird einerseits die Dominanz westlicher Kulturen und die damit verbundenen Konsummuster kritisiert. Andererseits wird auf Homogenisierungstendenzen hingewiesen, die im Zuge von Standardisierungs- und Vereinheitlichungsprozessen zu einer Verschmelzung von Kulturen führen: Wenn sich das weltweite Konsumverhalten und andere Bereiche des Alltagslebens immer weiter angleichen, werden lokale Traditionen schrittweise durch eine Einheitskultur ersetzt.

Für beide Thesen – westliche Dominanz und kulturelle Konvergenz – wird der Konzern McDonald‘s als Beispiel angeführt. Für die westliche Dominanz steht das durch den amerikanischen Soziologen George Ritzer geprägte Schlagwort „McDonaldisierung“. Die Fast-Food-Kette McDonald‘s steht in diesem Zusammenhang für die negativen Folgen der Globalisierung und verkörpert den prototypischen Übergang von tradi-

tionellen zu rationalen Geschäfts- und Gedankenmodellen, die auf effizienten, kalkulierbaren, voraussagbaren und kontrollierbaren Prinzipien basieren.

Als größte und wohl bekannteste Fast-Food-Kette der Welt ist der Konzern regelmäßig Ziel von Protestaktionen von Globalisierungskritikern sowie Umwelt- und Verbraucherschützern. Darüber hinaus wurde dem Konzern häufig die Ausbeutung von schlecht bezahlten Arbeitskräften, Kinderarbeit und das Verhindern gewerkschaftlicher und betriebsrätlicher Zusammenschlüsse vorgeworfen. Im Nahen Osten, Frankreich und Spanien kam es zu gewalttätigen Aktionen gegen einzelne Niederlassungen.

Gleichzeitig ist McDonald‘s auch ein Beispiel für die These der kulturellen Konvergenz, da McDonald‘s den Auftritt und die Produktpalette je nach Region den kulturellen Gegebenheiten anpasst. So wird etwa in israelischen Niederlassungen lediglich koscheres Essen angeboten. Alle Restaurants bleiben am Sabbat geschlossen. In Indien werden keine Rindfleischgerichte verkauft und auch in islamisch geprägten Ländern die jeweiligen Speisevorschriften eingehalten.

Das erste McDonald‘s Restaurant wurde 1940 in Kalifornien eröffnet. In den frühen 1970er Jahren expandierte das Unternehmen in Teile Europas, Australiens, Mittelamerikas und Japan. In den darauffolgenden 20 Jahren wurden Westeuropa und Lateinamerika nahezu komplett erschlossen. In den 1990er Jahren erfolgte die Expansion vor allem nach Asien, Osteuropa, in den Nahen Osten und die Eröffnung der ersten Filialen in Afrika. Ende 2005 war McDonald‘s in über 100 Staaten mit Filialen vertreten. Das global agierende Unternehmen McDonald‘s verzeichnete im Jahr 2005 einen Gesamtumsatz von über 20 Milliarden Euro. Insgesamt wurde im vergangenen Jahr von weltweit etwa 32.000 Filialen ein Gewinn von knapp 2,6 Milliarden Euro erwirtschaftet.

© MRU

► ***3 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

angeführten, anhalten, Bankensektor, begegnen, begrenzt, Beschränkung, Bilanzsumme, erklärt, Existenz, Fusionen, Führungskonzerne, geführt, gestiegen, grenzüberschreitenden, international, Kapitalmärkte, regional, Tatsache, unterschiedlich, Werte, zunimmt, Zusammenschlüssen, Übernahmen.

Bankenkonzentration

Die Konzentration im _____ ist in den größten Finanzzentren sehr _____ . An der Spitze steht die Schweiz, in der die fünf größten Banken vier Fünftel der gesamten _____ auf sich vereinigten. In den USA sind die _____ vergleichsweise niedrig. Grund dafür ist die _____, dass dort bis zum Jahr 2000 Banken nur regional _____ tätig sein durften. Seitdem diese _____ _____ gefallen ist, hat eine Welle von _____ _____ zu einem Anstieg der Konzentration ____ _____, die weiter _____ wird. In Deutschland _____ sich der niedrige Konzentrationsgrad mit der ___ _____ eines großen Sparkassen- und eines (gemessen an der Zahl der Institute) noch größeren Genossenschaftssektors, die beide nur _____ aktiv sind. Die Liberalisierung der _____ _____ hat in den meisten Ländern zu _____ geführt, die aber überwiegend nicht _____ waren, sondern nationale _____ geschaffen haben. In fünf der _____ Länder ist der Konzentrationsgrad seit 1990, und in sieben der acht Länder ab 1997 _____ . In den letzten beiden Jahren kam es auch zu großen _____ Übernahmen in der EU. (z.B. Santander – Abbeys National, Unicredito – Hypovereinsbank), in deren Folge der Konkurrenzdruck _____ _____ . Um diesem zu _____, versuchen die Banken ihre Positionen durch weitere _____ zu stärken.

► ***4 In welcher Reihenfolge ergeben die Abschnitte einen sinnvollen Text?***
Tragen Sie die Reihenfolge in die Kästchen ein.

Globalisierung und die Bevölkerung

☐ Gleichzeitig sinkt die Zahl junger Menschen aufgrund der seit den siebziger Jahren niedrigen Geburtenraten. In der Folge verteilen sich steigende Finanzierungslasten auf immer weniger junge Beitragszahler.

☐ Außerdem werden in den nächsten Jahrzehnten die umlagefinanzierten Sozialversicherungen aufgrund der Bevölkerungsalterung unter Anpassungsdruck geraten. Mit steigender Lebenserwartung nimmt die Zahl älterer Menschen zu. Damit müssen nicht nur mehr Renten finanziert werden, die Senioren verursachen auch in der Kranken- und Pflegeversicherung überdurchschnittlich hohe Ausgaben.

☐ Deutschland steht heute vor dem Problem der Massenarbeitslosigkeit, die sich seit den siebziger Jahren sukzessiv aufgebaut hat. Mit der Öffnung der Märkte im Zuge der Globalisierung hat sich der internationale Konkurrenzdruck so weit verschärft, dass zahlreiche Arbeitsplätze am Standort Deutschland verloren gegangen sind.

☐ Die Soziale Marktwirtschaft steht vor der Herausforderung, das Verhältnis zwischen Sozialstaat und Marktwirtschaft neu zu bestimmen, um zusätzliche Beschäftigungschancen am Markt zu eröffnen.

☐ Mittlerweile geht der Gesellschaft durch die Arbeitslosigkeit die produktive Leistung von rund 5 Millionen Arbeitslosen verloren. Gleichzeitig belasten die Abgaben zur Finanzierung einer immer umfangreicheren sozialen Sicherung zunehmend die Beschäftigungschancen der Bürger.

- Unabhängig von der zukünftigen Balance zwischen Markt und sozialem Ausgleich müssen die Sozialversicherungen deshalb so reformiert werden, dass die fortschreitende Lastverschiebung auf die Schultern nachfolgender Generationen unterbunden wird.

- Denn manch internationaler Wettbewerber begnügt sich mit einem niedrigeren sozialen Sicherungsniveau als in Deutschland, spart nicht zuletzt deshalb Arbeitskosten und kann in der Folge Produkte günstiger anbieten. Inländische Produzenten werden einschließlich ihrer Arbeitsplätze vom Markt verdrängt.

MRU ©

Text 16. DIE DEUTSCHE VOLKSWIRTSCHAFT

► ***1 Lesen Sie den Text und bilden Sie Fragen zum Text.***

Deutschland zeichnet sich als Wirtschaftsstandort durch innovative und international agierende Unternehmen aus, qualifizierte und motivierte Arbeitnehmer, ein im internationalen Vergleich gut aufgestelltes Ausbildungssystem, eine hervorragend entwickelte Infrastruktur sowie Spitzenleistungen in Forschung und Entwicklung. Durch seine zentrale geographische Lage ist Deutschland zugleich Schnittstelle zu den neuen und aufstrebenden EU-Märkten Süd- und Osteuropas.

Deutschland ist das klassische Beispiel einer Deutschland im globalen Wettbewerb vorne dabei offenen Volkswirtschaft mit intensiven wirtschaftlichen Beziehungen zum Ausland und zählt zu den drei größten Handelsnationen der Welt, hinter den USA und - bereits an die zweite Stelle aufgerückt - China.

Spitzenplatz bei Dienstleistungen

Der größte Teil des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von Industrieländern wie Deutschland wird heute durch Dienstleistungen erwirtschaftet. Die meisten Erwerbstätigen sind in Dienstleistungsfirmen beschäftigt. Diese Dienstleistungsfirmen decken alle Industriebereiche ab und reichen von Einmann-Reinigungsfirmen über mittelständische Kaufhäuser bis zu großen IT Serviceunternehmen. In Deutschland machen diese Dienstleistungsbereiche zurzeit knapp 70 % des BIP aus. Danach folgen die Zweige Industrie und Baugewerbe mit 29,9 % sowie die Landwirtschaft mit 1,0 %.

Deutsche Dienstleistungsunternehmen nehmen im internationalen Wettbewerb Spitzenplätze ein, zum Beispiel in den Bereichen Bauwirtschaft, Seeverkehr, Telekommunikation, Post/Kurier und Logistikdienste, technische Dienstleistungen und Finanzdienstleistungen. Zu den wichtigsten Exportgütern des „Exportweltmeisters“ Deutschland zählen Kraftwagen und Kraftwagenteile, Maschinen sowie chemische Erzeugnisse.

Mit der Globalisierung ist auch die große Stunde der Finanzinvestoren gekommen. Die Auflösung der Deutschland AG, eines in der Nachkriegs-

zeit gewachsenen Netzwerks aus einheimischen Kapitalgebern, Banken und Industriekonzernen, hat vor allem Finanzinvestoren aus den USA und Großbritannien angelockt. Die Anzahl ausländischer Anleger, die in Deutschland ein attraktives Land mit guten Investments gefunden haben bzw. finden, hat deutlich zugenommen.

Aktuelle Wirtschaftsentwicklung – Führendes Exportland

Stärkster Motor der deutschen Wirtschaft ist der Export. Dadurch ist die Bundesrepublik Deutschland in besonderem Maße von der Entwicklung der Weltwirtschaft abhängig. Im ersten Halbjahr 2007 wurden Waren im Gesamtwert von 115,6 Milliarden Euro ausgeführt. Besonders gefragt waren Maschinenbau- und Technologieprodukte. Das Wirtschaftswachstum betrug im zweiten Quartal gemessen am Bruttoinlandsprodukt 2,6 Prozent. Die Inflationsrate lag im August bei 1,9 Prozent. Insgesamt hat sich der Aufschwung der deutschen Wirtschaft etwas verlangsamt. Auf dem Arbeitsmarkt stellt vor allem die Dienstleistungsbranche neues Personal ein. Gleiches gilt für das verarbeitende Gewerbe. Im Juli 2007 waren 6,4 Prozent der Menschen arbeitslos gemeldet.

Der Aufschwung in Deutschland hält an und wird zunehmend von der Binnennachfrage getragen. Für 2008 erwartet das Deutsche Institut für Wirtschaft in Berlin (DIW) ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von 2,5% nach 2,6% in diesem Jahr. Trotz leichter Abschwächung sind Wirtschaftsforscher insgesamt positiv zum Standort Deutschland eingestimmt: Die wirtschaftliche Entwicklung führt zu einem deutlichen Rückgang der Arbeitslosenquote von 10,6% in 2006 über 8,8% in 2007 auf 7,9% im Jahr 2008. Die Verbraucherpreise stabilisieren sich bei einer Inflationsrate von jeweils 1,9% in 2007 und 2008. Der Staatshaushalt wird im laufenden Jahr beinahe ausgeglichen sein, und bereits 2008 sind Budgetüberschüsse möglich. Diese erfreuliche Entwicklung ist vor allem auf die wieder stärker sprudelnden Steuereinnahmen und die positive Arbeitsmarktentwicklung zurückzuführen.

► ***2 Nennen Sie Adjektive aus dem Text zu den folgenden Substantiven:***

Banken, Anleger, Land, Kaufhäuser, Wettbewerb, Volkswirtschaft, Markt, Arbeitnehmer.

MRU © UNIVERSITY

► ***3 Finden Sie im Text Wortverbindungen mit folgenden Wörtern:***

Wachstum, Rückgang, Entwicklung, Aufschwung.

► ***4 Finden Sie im Text Komposita mit folgenden Wörtern:***

Produkt, Quote, Haushalt, Einnahmen, Branche, Markt, Wert.

► ***5 Nennen Sie Synonyme zu den folgenden Verben:***

betragen	einstimmen	abdecken
sich auszeichnen	erwirtschaften	beschäftigen
zuruckführen auf	ausmachen	einnehmen
ausführen	zunehmen	betragen
anhalten	einstellen	

► ***6 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Anteil, begrenzten, besteht, Einzelkaufleuten, entfällt, entwickeltes, großen, ist, mittelständischer, mittlere, Selbstständiger, trägt, Unternehmen, vielfältigen, Volkswirtschaft.

Deutschland ist ein hoch _____ Industrieland mit einer _____ Wirtschaftsstruktur und einer ___ _____ Zahl von Branchen. Kein Wirtschaftszweig _____ mehr als 6 % zum Bruttoinlandsprodukt bei. Die Wirtschaft _____ _____ zudem aus mehr als drei Millionen _____ . Dabei _____ der mit Abstand größte _____ auf kleine und _____ Unternehmen. Das Nebeneinander einer _____ Zahl von Großunternehmen und vieler _____ _____ Unternehmen und _____ _____ ist in einer _____ von der Größe Deutschlands eine normale Erscheinung. Ein Spezifikum _____ hingegen der hohe Anteil von _____ ____ und Personengesellschaften.

MRDM.RU ©

► ***7 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Deutsche, die, Die, Die, Drittel, großem, heute, hohen, inländischer, international, jeden, Niederlassungen, Osteuropa, sowie, unterhalten, Unternehmen, Volkswirtschaft, weiter, zudem, Zuge, über.

Deutschland ist mit _____ Erfolg eine offene _____ _____ . Mehr als zwei _____ des Bruttoinlandsprodukts werden _____ die Grenzen bewegt. _____ ____ Unternehmen beliefern nahezu _____ Teil der Welt. _____ inländischen Firmen unterhalten _____ eine Vielzahl ausländischer _____ oder sind Teil _____ _____ operierender Konzerne. Viele _____ ____ aus dem Ausland _____ Niederlassungen in Deutschland. _____ Internationalisierung der Aktivitäten _____ _____ Unternehmen wird im _____ der fortschreitenden Globalisierung _____ zunehmen. So profitiert _____ deutsche Exportwirtschaft schon _____ erheblich von dem _____ Wachstum in Asien _____ in Mittel- und _____ .

► ***8 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

freien, funktionierende, gepflegt, geprägt, Marktwirtschaft, politische, soziale, sozialen, staatlich, verbunden.

Soziale Marktwirtschaft

Die Wirtschaftsordnung der Bundesrepublik Deutschland ist seit 1947 durch die _____ Marktwirtschaft _____ . Ihr Grundelement ist die Verbindung eines _____ Marktes Markt mit der Idee des _____ Ausgleichs. Die Konzeption der Sozialen _____ wurde für den Wiederaufbau der Bundesrepublik Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg als Alternative zu einer _____ gelenkten Wirtschaft entwickelt. Ihre _____ Durchsetzung ist mit den Namen Ludwig Erhard und Alfred Müller-Armack _____ . Kernelement der Sozialen Marktwirtschaft ist, dass eine _____

_____ Wirtschaftsordnung nicht von selbst entsteht, sondern vom Staat geschaffen und _____ werden muss.

► ***8 Projektarbeit zum Thema: Wirtschaftsentwicklung in Litauen.***

MRU ©
MRU ©
MRU

Text 17. GELDPOLITISCHE STRATEGIE

► ***1 Lesen Sie den Text und bilden Sie Fragen zum Text.***

Die Preisstabilität trägt zum wirtschaftlichen Wachstum bei. Ein stabiles Preisniveau ist eine wichtige Voraussetzung für das reibungslose Funktionieren der Wirtschaft. Sowohl Inflation als auch Deflation beeinträchtigen die Entscheide der Wirtschaftssubjekte und verursachen hohe soziale Kosten.

Die Geldpolitik der Nationalbank zielt auf mittel- und langfristige Preisstabilität; sie soll anhaltende Inflation und Deflation verhindern. Vorübergehende Preisschwankungen lassen sich hingegen nicht über die Geldpolitik ausgleichen. In ihrem Bestreben, die Preisstabilität zu gewährleisten, schafft die Nationalbank Rahmenbedingungen, die es der Wirtschaft ermöglichen, ihr Produktionspotenzial auszuschöpfen.

Um die Preisstabilität zu sichern, muss die Nationalbank für angemessene monetäre Bedingungen sorgen. Zu tiefe Zinsen während einer zu langen Phase führen zu einer übermässigen Versorgung der Wirtschaft mit Geld und Krediten und damit zu einer überhöhten Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen. Zwar kurbelt dies die Produktion zunächst an; mit der Zeit entstehen aber Engpässe. Die Produktionskapazitäten werden dann zu stark ausgelastet und in der Folge steigt das Preisniveau. Umgekehrt bewirkt ein zu hohes Zinsniveau während einer zu langen Phase eine Verknappung der Geld- und Kreditversorgung und damit eine zu geringe Gesamtnachfrage. Dies wirkt sich dämpfend auf die Preise der Güter und Dienstleistungen aus.

► ***2 Nennen Sie Synonyme zu den folgenden Verben:***

sichern, entstehen, steigen, auswirken, beitragen, verursachen, beeinträchtigen, ausgleichen, ausschöpfen.

MRU

► ***3 Finden Sie im Text passende Adjektive zu den folgenden Substantiven:***

Bedingungen	Zinsen
Versorgung	Nachfrage
Zinsniveau	Preisstabilität
Inflation	Preisschwankungen
Kosten	Preisniveau

► ***4 In welcher Reihenfolge ergeben die Abschnitte einen sinnvollen Text?***
Tragen Sie die Reihenfolge in die Kästchen ein.

☐ **BERÜCKSICHTIGUNG DER KONJUKTURLAGE**

Die preistreibenden Effekte verstärken sich, wenn die Wirtschaft überhitzt ist, und lassen nach, wenn die Produktionskapazitäten nicht voll ausgelastet sind. Im ersten Fall wird die Nationalbank ihre Geldpolitik tendenziell straffen, im zweiten Fall lockern.

☐ Solche Entwicklungen lassen sich nicht vermeiden. Obwohl die Geldpolitik mittel- und langfristig ausgerichtet ist, kann sie dazu beitragen, derartige Schwankungen abzuschwächen.

☐ Die Situation ist komplexer, wenn Preiserhöhungen von Schocks ausgelöst werden, welche die Kosten der Unternehmen steigern und die Produktion drosseln. Eine anhaltende Verteuerung des Erdöls ist ein Beispiel dafür.

☐ Eine solche Konstellation kann sich zum Beispiel bei unvorhergesehenen Schwankungen des Konjunkturverlaufs im Ausland, anhaltenden Wechsel-kurs-verzerrungen, zerrütteten Staatsfinanzen oder unangemessener Geldversorgung in der Vergangenheit ergeben.

MRU © MRU

- So trägt die Nationalbank bei der Festlegung ihrer Geldpolitik auch der konjunkturellen Entwicklung Rechnung. Die Nationalbank wird mit vielen verschiedenen Situationen konfrontiert. Am häufigsten kommt es zu Inflations- oder Deflationsschüben, wenn sich die Gesamtnachfrage nach Gütern und Dienstleistungen nicht im Gleich-schritt mit den Produktionskapazitäten der Wirtschaft entwickelt.

- Die Geldpolitik muss in einem solchen Fall einerseits dafür sorgen, dass die höheren Produktionskosten nicht in eine Inflationsspirale münden, und andererseits sicherstellen, dass die von den Schocks betroffenen Unternehmen nicht zu stark benachteiligt werden. Eine übereilte Wiederherstellung der Preisstabilität würde die Gefahr starker negativer Auswirkungen auf Konjunktur und Beschäftigung bergen.

- Eine auf Preisstabilität ausgerichtete Geldpolitik übt folglich einen korrigierenden Einfluss auf die Gesamtnachfrage aus und verstetigt so die Konjunkturentwicklung. Die Strategie der Nationalbank muss somit darauf abzielen, die Preisstabilität schrittweise wiederherzustellen.

- Es bestehen zu viele Unsicherheiten sowohl über die Auslöser und die Dauer der Schocks, welche die Wirtschaft beeinträchtigen, als auch über die Übertragungsme-chanismen, die Verzögerungen und das Ausmass, mit denen die Geldpolitik auf Konjunktur und Preise wirkt.

- Die Wirtschaft ist zahlreichen Schocks aus dem In- und Ausland ausgesetzt. Die daraus entstehenden konjunkturellen Schwankungen erzeugen einen mehr oder weniger starken Druck auf die Preise.

- Auch wenn die Nationalbank in ihren geldpolitischen Entscheidungen die konjunkturelle Entwicklung berücksichtigt, darf von ihr nicht erwartet werden, dass sie den Wirtschaftsverlauf feinsteuert.

MRU

► ***5 Finden Sie im Text passende Adjektive zu den folgenden Wörtern:***

Schwankungen, Entscheidungen, Entwicklung, Geldpolitik, Auswirkungen, Effekte, Verteuerung, Staatsfinanzen

► ***6 Geben Sie den Inhalt des Textes wieder.***

► ***7 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Deflationsgefahren, einzunehmen, entspricht, Gewährleistung, Inflationsprognose, Jahre, Notwendigkeit, prüft, Unsicherheiten, unterstreicht, veröffentlicht, Wirtschaft, Übertragung.

Inflationsprognose

Die Nationalbank _____ periodisch, ob ihre Geldpolitik für die _____ der Preisstabilität angemessen ist. Dazu _____ sie vierteljährlich eine _____ für die kommenden drei __ _____ . Diese Periode _____ etwa dem Zeitbedarf für die _____ geldpolitischer Impulse auf die ___ _____ . Prognosen über einen so langen Horizont hinweg sind mit erheblichen _____ behaftet. Mit der Publikation einer mittel- bis langfristigen Prognose _____ _____ die Nationalbank die _____, eine vorausschauende Haltung _____ und frühzeitig sowohl auf Inflations- als auch auf _____ ____ zu reagieren.

MRU ©

► ***8 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

abweicht, Anstieg, Deflation, fassen, festlegt, Geldpolitik, geldpolitischen, gleichgesetzt, Inflation, Inflationsprognose, Korrektur, kurzzeitigem, Nationalbank, prognostizierte, reagiert, Situationen, vorsehen, Wechselkursschwankungen, Wirtschaftslage, überschreitet.

Wenn die _____ Inflation von der Entwicklung _____, die mit Preisstabilität _____ _____ wird, drängt sich eine Anpassung der _____ _____ auf. Droht die _____ über 2% zu verharren, wird die _____ eine Straffung ihrer Geldpolitik ins Auge _____ . Umgekehrt wird sie eine Lockerung _____ _____, wenn die Gefahr einer _____ besteht. Die Nationalbank _____ jedoch nicht mechanisch auf ihre _____ ; sie trägt der allgemeinen _____ Rechnung, wenn sie ihre _____ _____ Massnahmen _____ . In aussergewöhnlichen _____, etwa nach einem plötzlichen, starken _____ der Erdölpreise oder heftigen _____ _____, muss nicht unbedingt eine _____ der Geldpolitik erfolgen, wenn die Inflation vorübergehend 2% _____ . Das Gleiche gilt bei _____ Deflationsdruck.

► ***9 Fassen Sie den Text über die Inflationsprognose (Aufgaben 7, 8) kurz zusammen.***

MRU ©

Text 18. FINANZMÄRKTE

► ***1 Lesen Sie den Text und bilden Sie Fragen zum Text.***

Finanzmarkt ist ein Oberbegriff für alle Märkte auf denen Handel mit Kapital betrieben wird und steht im Gegensatz zu den Gütermärkten. Er gliedert sich einerseits in nationale und internationale Finanzmärkte und andererseits, je nach dem Gegenstand der gehandelten Finanzkontrakte in Geld-, Kredit- und Kapitalmärkte und den Devisenmarkt für den Austausch von Währungen.

Finanzmärkte sind spezielle Märkte, auf denen Kapital in Form von Geld, Wertpapieren und weiteren Finanzkontrakten gehandelt werden. Kapitalgeber (Sparer) stellen dabei Zahlungsmittelüberschüsse zur Anlage bereit und Kapitalnehmer (Schuldner) fragen diese Zahlungsmittel nach. Finanzmärkte bringen Kapitalanleger und Kapitalgeber direkt oder aber indirekt über Finanzintermediäre zusammen.

In einer Volkswirtschaft koordinieren die Finanzmärkte das Kapitalangebot und die -nachfrage über die folgenden Funktionen: Losgrößentransformation, Fristentransformation, Risikotransformation.

Außerdem werden auf Finanzmärkten allgemeine Marktfunktionen erfüllt:Allokationsfunktion, Koordinationsfunktion, Auswahlfunktion.

Der Kapitalmarkt ist ein Teil des Finanzmarkts und besteht aus der Gesamtheit aller Institutionen und Transaktionen, die der Zusammenführung von Angebot und Nachfrage nach langfristigem (Finanz-)Kapital dienen. Langfristiges Kapital kann zum Beispiel durch die Form von Unternehmensanteilen wie Aktien, verbrieften Krediten wie Anleihen oder verschiedenen Formen anderer langfristiger Kredite und Anlageformen wie Investmentfonds dargestellt werden.

Als Forex (Foreign Exchange market, FX Market, auch Devisenmarkt, Währungsmarkt) bezeichnet man den globalen Markt, auf dem Währungen (bzw. auf Währungen lautende Forderungen, d. h. so genannte Devisen) gehandelt werden. Der weltweite Devisenmarkt ist an keinen festen Börsenort gebunden, sondern wird durch das weltweite Netz der Interbankenbeziehungen konstituiert. Er ist der größte Finanzmarkt der

Welt (Tagesumsatz ca. 1,9 Billionen US-Dollar).Ein Devisengeschäft beinhaltet den gleichzeitigen Kauf und Verkauf von unterschiedlichen Währungen am Interbankenmarkt.

Die Losgrößentransformation ist eine der vier Funktionen, die Finanzmärkte und Finanzinstitutionen in einer Volkswirtschaft übernehmen. (Die übrigen drei Funktionen sind die Fristentransformation, die Risikotransformation und die Liquiditätstransformation.) Durch die Finanzmärkte werden der Kapitalbedarf der Schuldner (Privatpersonen, Unternehmen, Staat) mit den Anlagewünschen der Sparer in Übereinklang gebracht.

► ***2 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

auszugleichen, Beschäftigung, dynamischen, effizienteren, Entwicklungen, erfolgen, ermöglichen, finanziellen, Finanzierung, Finanzmitteln, Finanzmärkte, Finanzsystem, gesetzlichen, laufenden, Rechnung, transparente, volkswirtschaftliche, weltweite, Wirtschaftssystem, Währung.

Finanzmarkt

Finanzmärkte und deren _____ spielen eine große Rolle für das _____ und die Wirtschaftsentwicklung: ein stabiles _____ ist die Grundlage für Wachstum und höhere _____ . Das Bundesministerium für Finanzen hat die Aufgabe, die _____ _____ Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass die Finanzmärkte ihre _____ Funktion erfüllen können. Dabei geht es zum einen um den effizienten Zugang zu den _____ (Kredite, Wertpapiere, Sonderfinanzierungen), um Unternehmen die _____ ihrer Investitionsvorhaben zu _____ . Zum anderen muss der Austausch an _____ Mitteln zwischen Kapitalnehmern und Anlegern auf eine _____ und faire Art und Weise _____, um marktwirtschaftliche Interessensgegensätze _____ . Die Finanzmarktpolitik muss auch den _____ Entwicklungen in den letzten Jahren _____ tragen: die gemeinsame _____ _____, die Integration der Finanz- und Kapitalmärkte in der EU,

die _____ Entwicklungen bei Finanzdienstleistungsprodukten sowie der _____ Liberalisierungsprozess führen zu einer _____ Allokation des Kapitals, aber auch zu einer höheren Störanfälligkeit der _____ __ aufgrund der höheren Vernetzung.

► **3** ***Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

erleichtern, Finanzierungsformen, fördern, kann, Kapitalaufnahme, Kapitaleinsatz, profitiert, stärken, Union, unterschiedlichen, Voraussetzung, Zugang.

Integrierte Finanz- und Kapitalmärkte sind eine wesentliche _____ _____ dafür, dass das Wachstums- und Beschäftigungspotential in der Europäischen _____ voll ausgeschöpft werden _____ . Sie ermöglichen einen effizienteren _____ _____ sowie geringere Transaktionskosten, sie _____ den Wettbewerb zwischen den einzelnen Finanzmärkten und sie _____ _____ den wirtschaftlichen Zusammenhalt. Integrierte Finanz- und Kapitalmärkte _____ Unternehmen die grenzüberschreitende _____ und fördern ihren _____ zu Risikokapital und anderen innovativen _____ _____ . Die breite Öffentlichkeit _____ _____ von integrierten Finanz- und Kapitalmärkten im Wege einer besseren Vergleichbarkeit der _____ Veranlagungsformen sowie höherer Effektivrenditen.

©

ANHANG

A Redemittel für einen Vortrag - Kurzfassung

Begrüßung:	• Sehr geehrte Damen und Herren / Meine Damen und Herren, .. • Liebe Freunde, ...
Thema:	• Das Thema meines Vortrags lautet: ... • Ich spreche heute zu dem / über das Thema: ... • In meiner heutigen Präsentation werde ich Ihnen … vorstellen. • In meinem Vortrag geht es um ....
Gliederung des Vortrags	• Ich werde dabei auf folgende Punkte eingehen: ... • Ich habe meinen Vortrag in drei Teile gegliedert: ... • Erstens: ... / Zweitens: ... / Drittens: ... • Zuerst / Zunächst spreche ich über ..., dann komme ich zu ..., im dritten Teil befasse ich mit dann mit ... • Nach einem kurzen Überblick über ... werde ich mich.... zuwenden und abschließend .... darstellen. • Dies werde ich Ihnen anhand von Beispielen erläutern. • Ich beginne mit ... Danach komme ich auf ... zu sprechen. Zum Ende werde ich dann ...

MRU ©

Strukturierungse-lemente	• Als erstes wäre hier X zu nennen. • Außerdem / Ebenso / Ebenfalls / Des Weiteren... • Hinzu kommt, dass... / • Ein weiterer Aspekt / Gesichtspunkt ist... • Ferner ist zu erwähnen, dass... • Eng damit verknüpft ist X. • Besonders betont werden muss / Vor allem aber ist zu beachten, dass ...
Übergang zu einem anderen Thema	• Soweit zum Thema X. Ich wende mich nun dem Thema Y zu. • Damit komme ich zu Thema Y / zum zweiten Teil / zum nächsten Punkt. • Und nun zum letzten Punkt: ...
Beispiele / Veran-schaulichung	• Ich darf das mit einigen Beispielen belegen. • Ich erwähne in diesem Zusammenhang nur das Beispiel X. • Hierzu ein Beispiel: ... • Dies möchte ich Ihnen anhand des folgenden Schaubildes erläutern.
Zusammenfassung	• Ich fasse zusammen: Sie haben gesehen, dass ... • Zusammenfassend möchte ich sagen / kann gesagt werden, dass.... • Ich möchte ich noch einmal kurz die wichtigsten Punkte zusammenfassen:
Abschluss	• Damit bin ich am Ende meines Referates. • Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit. • Haben Sie noch irgendwelche Fragen?

MRLU.RU ©

► Redemittel für einen Vortrag (1)

Vorstellung eines Referenten

- Als ersten Referenten darf ich Herrn A begrüßen. der über das/zum Thema X sprechen wird.
- Unsere nächste Rednerin ist Frau A. Sie wird uns über X informieren.
- Das Thema des nächsten Vortrags lautet: .... Als Referentin für dieses Thema konnten wir Frau Dr. ... gewinnen.
- Wir kommen nun zum Thema X. Herr ... hat sich zu unserer Freude kurzfristig bereit erklärt, uns einen ersten Überblick über den aktuellen Stand der Dinge zu verschaffen.

Begrüßung und Dank an den Veranstalter:

- Sehr geehrte Damen und Herren / Meine Damen und Herren, ...
- Liebe Freunde / Liebe Gäste, ...
- Herr Präsident, sehr geehrter Herr Konsul, sehr geehrte Damen und Herren, ...
- ... gerne bin ich der Einladung des Herrn Präsidenten gefolgt, Sie über X zu informieren.
- ... ich danke Ihnen für die Einladung und die Möglichkeit, zum Thema X sprechen zu können.
- ... ich freue mich über die Einladung, vor Ihnen zu sprechen.
- ... zunächst möchte ich mich sehr herzlich dafür bedanken, dass ich heute bei/zu Ihnen sprechen darf.
- ... zunächst darf ich mich für die Ehre bedanken, hier in dieser geschichtsträchtigen Umgebung einige Worte an Sie richten zu dürfen.
- Lassen Sie mich bei dieser Gelegenheit Frau ... für ... danken.

MRU © MRU

Nennung des Themas

- Das Thema meines Vortrags lautet: ...
- Ich spreche heute zu dem / über das Thema: ...
- Ich möchte (Ihnen) heute / nun über ... berichten.
- Ich möchte einiges zum Thema X sagen:
- In meiner heutigen Präsentation werde ich Ihnen … vorstellen.
- Ich möchte mit Ihnen gemeinsam versuchen herauszufinden/festzustellen, warum ....
- Ich möchte Ihnen einen kurzen Überblick über unsere Tätigkeit geben.
- Im folgenden möchte ich Ihnen X darlegen.
- Erlauben Sie mir, anhand von 3 Thesen ein paar Gedanken zu formulieren zum Thema X.
- In meinem Vortrag geht es um ...
- Das Wichtigste vorab: ...
- Lassen Sie mich drei wichtige Aufgaben hervorheben: ...
- Ich greife zunächst einen Aspekt heraus, der ...
- Lassen Sie mich einige besonders wichtige Aktionsfelder und Schwerpunktaufgaben nennen: ...
- Bevor ich mich den Einzelheiten zuwende, gestatten Sie mich bitte eine Vorbemerkung: ...
- Doch nun zum eigentlichen Thema: ...

► Redemittel für einen Vortrag (2)

Abgrenzung des Themas

- Nicht eingehen werde ich auf X.
- Ich bitte Sie dabei auch um Verständnis, dass ich heute auf X nicht eingehen kann.

Gliederung des Vortrags

- Ich möchte meinen Vortrag mit der Bemerkung beginnen, dass …

- Im Rahmen der genannten / dieser Fragestellung werde ich auf folgende Punkte eingehen: Erstens: .../ Zweitens: ..., / Drittens: ...
- Ich habe meinen Vortrag in drei Teile gegliedert: ... / Mein Vortrag besteht aus drei Teilen: ...
- Nach einigen einführenden Worten werde ich Ihnen zunächst über X berichten und Sie dann über Y informieren.
- Zuerst / Zunächst spreche ich über ..., dann komme ich zu ..., im dritten Teil befasse ich mit dann mit ...
- Als erstes werde ich kurz auf ... eingehen, dann werde ich Ihnen ... vorstellen und abschließend möchte ich Ihnen anhand von ... einige Alternativen aufzeigen.
- Nach einem kurzen Überblick über ... werde ich mich .... zuwenden und abschließend .... darstellen.
- Im ersten Teil spreche ich über ..., im zweiten wende ich mich ... zu , um dann im dritten Teil auf .. einzugehen.
- Ich nenne Ihnen zunächst drei wichtige Aufgaben: ...
- Ich beginne mit ...
- Ihr besonderes Augenmerk möchte ich dabei auf A richten
- Etwas ausführlicher werde ich ebenfalls auf ... eingehen.
- Danach komme ich auf ... zu sprechen.
- Dies werde ich Ihnen anhand von Beispielen erläutern.
- Ich möchte dann noch kurz das Thema X aufgreifen / streifen.
- Zum Schluss werde ich dann ...
- Abschließend / Zuletzt / Am Ende möchte ich dann...

Strukturierungselemente für den Hauptteil

- Als erstes wäre hier... zu nennen.
- Außerdem... / Ebenso... / Ebenfalls... / Des Weiteren... / Hinzu kommt, dass...
- Ein weiterer Aspekt/Gesichtspunkt ist... /
- Ferner ist zu erwähnen, dass...
- Eng damit verknüpft ist...
- Nicht zu vergessen (in diesem Zusammenhang) ist...
- Nicht unerwähnt bleiben darf auch ...
- Vor allem aber...
- Besonders betont werden muss, dass...
- Noch bedeutsamer ist...

► Redemittel für einen Vortrag (3)

Übergang zu einem anderen Thema

- Ich möchte Sie noch auf ein anderes Aspekt aufmerksam machen.
- Doch nun zunächst zu …
- Ich wende mich nun dem Thema X zu:
- Als nächstes
- Soweit zum Thema X. Jetzt/Damit komme ich zu Thema Y.
- Ich komme jetzt zum zweiten Teil. / Jetzt wollen wir uns dem zweiten Teil zuwenden. Als nächstes möchte ich zu … übergehen. / Ich möchte jetzt übergehen zu ...
- Ein weiterer (wichtiger) Punkt ist … / Der nächste Punkt ist ...
- Schließlich zu dem viel diskutierten Thema „X“: ...
- Ich möchte an dieser Stelle kurz auf X eingehen
- Lassen Sie mich noch ein paar Worte zu X sagen.
- Ein Wort zum Thema Y.
- Lassen Sie mich kurz einige Ausführungen zu einem Punkt machen, der gelegentlich für Irritationen sorgt.
- Und ein letzter Punkt, den ich ebenfalls nur kurz andeute: ...

Wiederaufnahme eines Themas

- Lassen Sie mich zur Themenfrage zurückkommen.
- Ich komme noch einmal zurück auf meine Eingangsfrage.
- Bevor ich über X spreche, möchte ich an die Ausgangssituation Y erinnern.
- Bevor wir hierauf näher eingehen, lassen Sie uns noch einmal zur zentralen Problemstellung zurückkehren.
- Lassen Sie uns vor diesem Hintergrund noch einmal unsere zentrale Problemstellung beleuchten.
- Ich sagte schon: ...
- Den letzten Gedanken möchte ich noch etwas vertiefen: ...
- Diesen Aspekt möchte ich noch etwas genauer formulieren: ...
- Ich hebe noch einmal besonders hervor: ...

MRU © MRU © MRU

auf Vorwissen Bezug nehmen:

- Wie Sie sicher / vielleicht / schon wissen, ...
- Sie wissen/ kennen natürlich ....
- Sicher ist es nicht neu für Sie, dass ...
- wie Sie sicherlich bereits aus der Presse erfahren haben, ...
- Es hat sich ja mittlerweile bereits herumgesprochen, dass ...
- Es ist Ihnen vielleicht bereits aufgefallen, dass ...
- Sie haben ja bereits im ersten Teil meiner Präsentation erfahren, dass …
- Aus den bisherigen Vorträgen ging ja bereits deutlich hervor, dass ...
- Wie mein Vorredner bereits dargelegt hat, ist / hat / wird ...

► Redemittel für einen Vortrag (4)

Beispiele anführen / veranschaulichen

- Ich darf das mit einigen Beispielen belegen.
- Erlauben Sie mir, zur Veranschaulichung von X zwei Beispiele aus der Praxis aufzuführen
- Lassen Sie mich nur an drei Beispielen die Stärken von X darlegen.
- Ich erwähne in diesem Zusammenhang nur das Beispiel X
- Hierzu ein Beispiel:
- Ich nenne hier ...
- Stellen Sie sich einmal Folgendes vor..
- Dies möchte ich Ihnen (jetzt) kurz anhand eines Schaubildes erläutern

MRU ©

Vorwegnahme möglicher Kritik /Zweifel

- Ich höre Sie nun schon einwenden, dass ...
  Erlauben Sie mir deshalb, auf ....hinzuweisen.
- Sie werden sich jetzt vielleicht fragen, wie/ob .....
  Ich beantworte Ihnen diese Frage gerne.
- Die folgenden Überlegungen mögen bei Ihnen vielleicht im ersten Moment auf eine gewisse Skepsis stoßen, aber ich werde darlegen, dass ....
- Sie könnten nun entgegnen, dass ...., aber ....

Zusammenfassung

- Ich darf zusammenfassen. /Ich fasse zusammen: Sie haben gesehen, dass ...
- Zusammenfassend möchte ich sagen, dass....
- Zusammenfassend kann gesagt werden, dass ...
- Abschließend lässt sagen, dass..
- Damit bin ich am Ende meines Vortrages angelangt. Lassen Sie mich zusammenfassen. Wir haben gesehen, dass,…
- Bevor ich zum Schluss meiner Präsentation komme, möchte ich kurz die wichtigsten Punkte noch einmal zusammenfassen:
- Damit komme ich zurück auf die eingangs gestellte Frage: Ausgangspunkt war ... . Nach dem gerade Ausgeführten lässt sich sagen, dass ...
- Ich komme zum Schluss: Wie die Analyse des ... gezeigt hat, ist....
- Das Fazit meines Vortrages könnte lauten: ....

Abschließende Bemerkungen

- Lassen sie mich am Schluss anmerken, dass ...
- Abschließend möchte ich noch erwähnen, ...
- Ich möchte mein Referat mit der Bemerkung beenden, dass ...
- Bevor ich zum Schluss komme, möchte ich noch auf …. hinweisen

► *Redemittel für einen Vortrag (5)*

- Ich hoffe, dass Sie durch meinen Vortrag einige Anregungen für … bekommen haben.
- Ich hoffe, Ihnen hinsichtlich A ein wenig Mut gemacht zu haben.
- Ich hoffe, dass Sie Lust bekommen haben, X zu tun.
- Ich hoffe, dieser kleine Bericht hat Ihnen gefallen.
- Wenn Sie keine weiteren Fragen haben, möchte ich jetzt meinen Vortrag beenden.

Dank an die Zuhörer

- Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.
- Vielen Dank fürs Zuhören. Haben Sie noch Fragen?
- Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. Ich bin natürlich gerne bereit, Fragen zu beantworten.
- Damit bin ich am Ende meines Referates. Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.
- …und ich möchte mich natürlich ganz herzlich für Ihre Aufmerksamkeit bedanken.

Eröffnung einer Frage-/ Diskussionsrunde

- Wenn Sie Fragen zu ... haben, werde ich Ihnen diese jetzt natürlich gerne beantworten.
- Haben Sie (irgendwelche) Fragen?
- Uns stehen noch rund 20 Minuten für Fragen und eine kurze Diskussion zur Verfügung. Gibt es zu den einzelnen Punkten meines Vortrags irgendwelche Verständnisfragen oder Anmerkungen?

MRU ©

Abschluss der Veranstaltung

- Wir haben heute eine Reihe interessanter Vorträge gehört und lebhafte Diskussionen erlebt.
- Ich möchte mich noch einmal bei den Referenten für ihre interessanten Beitrage bedanken.
- Im Namen der/des ... danke ich Ihnen für die rege Teilnahme an unserer abschließenden Diskussion.
- Besonderer Dank gebührt den Veranstaltern für die sorgfältige Vorbereitung und Organisation dieser Tagung.
- Hiermit ist unsere diesjährige Tagung beendet. Vielen Dank für Ihr Interesse. Ich wünsche Ihnen einen guten Heimweg.

► ***1 Verwenden Sie die angegebenen Redemittel für ihre Vorträge.***

B Redemittel für die Moderation einer Gesprächsrunde - Kurzfassung

Begrüßung und Einleitung

- Im Namen des Veranstalters heiße ich Sie alle herzlich zu dieser Gesprächsrunde willkommen.
- In der heutigen Veranstaltung geht es um die Frage / wollen wir die Frage diskutieren,...
- Das Thema unserer Diskussionsrunde lautet: ... / Unser Thema ist:...
- Wir möchten/ werden uns heute der Frage zuwenden, ... /mit der Frage beschäftigen, ...
- Ich schlage vor, dass wir zunächst über X, dann über Y sprechen und uns am Ende mit dem Thema Z auseinandersetzen. / Wäre es möglich, es so zu machen, dass...?
- Ich möchte Sie alle darum bitten, sich möglichst an die vereinbarten Redezeiten zu halten.
- Ich wäre Ihnen dankbar, wenn...

Aufforderung zur Stellungnahme

- Ich möchte zunächst Wort Herrn X das Wort erteilen.
- Und nun zu Ihnen, Frau X: Was halten Sie denn von / Glauben Sie auch, dass...? / Stimmt es, dass ...?
- Frau X: Was ist denn Ihre Meinung/ Position zu ...?“ / Wie stellt sich denn die Sache aus Ihrer Perspektive dar ?
- Herr X: Es ist vorgeschlagen worden, dass... Teilen Sie diese Ansicht?
- Herr Frau X, möchten Sie dazu direkt Stellung nehmen/beziehen?
- Möchte noch jemand etwas dazu sagen? / Wer möchte sich dazu äußern?

Strukturierungselemente

- Ich glaube, das führt uns vom eigentlichen Thema ab.
- Wir sollten uns vielleicht zunächst auf die Frage X konzentrieren.
- Sind Sie einverstanden, dass wir diesen Punkt später behandeln
- Das sollten wir vielleicht eher später noch einmal aufgreifen.
- Vielleicht könnten wir diesen Punkt noch etwas zurückstellen.
- In dem Zusammenhang möchte gerne noch kurz auf den folgenden Aspekt zu sprechen kommen: ... / Dies bringt uns direkt zu der Frage, wie /ob...
- Ich denke, es ist an der Zeit, sich dem Thema ... zuzuwenden. / Ich würde jetzt gerne zum Thema…. übergehen.
- Ich möchte noch einmal nachfragen: Was verstehen Sie unter ...?
- Sie meinen also, dass ... / Könnte man demnach sagen, dass ...?

© MRU

- Könnten Sie Ihren Satz bitte noch einmal wiederholen? Ich glaube, er war akustisch nicht gut zu verstehen.
- Könnten Sie bitte etwas lauter / langsamer sprechen?
- Bitte nicht alle durcheinander! Frau X, Sie haben das Wort
- Wir sollten langsam zum Ende kommen.

Zusammenfassung und Abschluss

- Ich darf vielleicht die Ergebnisse der Diskussion kurz zusammenfassen: .... Es wurde die Auffassung vertreten, dass...
- Das Fazit der Diskussion könnte also lauten:··/ Wir halten also fest, dass....
- Hiermit ist unsere Gesprächsrunde beendet. Vielen Dank für die anregenden Diskussionsbeiträge. Ich wünsche allen Teilnehmern einen guten Heimweg.

MRU ©

Verbliste

Verben (+ Akk.)	eine Frage aufgreifen (griff auf, hat aufgegriffen) ein Thema behandeln eine Auffassung/ Meinung vertreten (vertrat, hat vertreten) ein Thema vorschlagen (schlug vor, hat vorgeschlagen) jemanden willkommen heißen (hieß willkommen, hat willkommen geheißen) eine Frage zurückstellen
Verben (+ Dat.)	sich jemandem /einer Sache zuwenden (wendete/wandte sich zu, hat sich zugewendet / hat sich zugewandt)
Verben (+ Dat. und Akk.)	jemandem das Wort erteilen
Verben mit Präpositionen (+Akk)	jemanden um Verständnis bitten (bat, gebeten) es geht um den Vorwurf (ging, ist gegangen) sich an Redezeiten halten (hielt sich, hat sich gehalten) sich auf einen Aspekt konzentrieren

MRU © MRU MRU

Verben mit Präpositionen (+Dat)	sich mit einer Frage beschäftigen
	sich mit jemandem / einem Problem auseinandersetzen
	von dem Thema abführen
	etwas/nichts von einem Argument halten
	Stellung zu einem Redebeitrag nehmen (nahm, hat genommen)
	Stellung zu einem Thema beziehen (bezog, hat bezogen)
	etwas/nichts zu einem Thema sagen
	sich zu einem Geschehen äußern
	zu einem anderen Tagesordnungspunkt übergehen
	mit den Ausführungen zu Ende kommen (kam, ist gekommen)
	etwas unter einem Begriff verstehen (verstand, hat verstanden)

Begrüßung

- Im Namen des Veranstalters heiße ich Sie alle herzlich zu dieser Gesprächsrunde willkommen.
- Meine Damen und Herren, ich begrüße Sie herzlich zu unserer Veranstaltung.
- Ich habe die Ehre und das Vergnügen, Sie im Namen der/des ... zu dieser Podiumsdiskussion begrüßen zu dürfen.

Vorstellung des Themas / Vorstellung der Diskussionsteilnehmer

- In der heutigen Veranstaltung geht es um die Frage / wollen wir die Frage diskutieren,...
- Das Thema unserer Diskussionsrunde lautet: ... / Unser Thema ist:...
- Wir möchten uns heute der Frage widmen / zuwenden, ...
- Wir möchten / werden uns heute mit der Frage auseinandersetzen / beschäftigen,...

MRDARU ©

Klärung der Vorgehensweise

- Ich möchte Sie alle darum bitten, sich möglichst an die zuvor vereinbarten Redezeiten zu halten.
- Ich schlage vor, dass wir zunächst über X, dann über Y sprechen und uns am Ende mit dem Thema Z befassen.
- Wäre es möglich, es so zu machen, dass...?
- Ich wäre Ihnen dankbar, wenn...

Erteilung des Wortes / Bitte um Stellungnahme

- Sehr geehrte Kollegen, die meisten von Ihnen kennen sich ja bereits untereinander von zahlreichen anderen Veranstaltungen. Dürfte ich Sie dennoch im Interesse der Zuhörer bitten,
  sich kurz vorzustellen?
- Ich möchte zunächst Frau/ Herrn X das Wort erteilen.
- (Und nun zu Ihnen,) Herr X:
  - Was ist denn Ihre Meinung / Ansicht / Position zu ...? Was halten Sie denn von ... ?“
  - Glauben Sie auch, dass ...? / Stimmt es, dass ...?
  - Überzeugen Sie die Argumente Ihres Vorredners oder vertreten Sie eine ganz andere Meinung?
  - Wie stellt sich denn die derzeitige Situation in Ihren Augen / aus Ihrer Perspektive dar?
  - Es ist vorgeschlagen worden, dass... Teilen Sie diese Ansicht?
- Frau X::...
  – Wären Sie so freundlich und erklären uns,...
  – Könnten Sie doch so nett und uns erklären, was ...
- Herr X, möchten Sie dazu direkt Stellung nehmen? / möchten Sie direkt darauf antworten?
  Wer möchte sich dazu äußern?
  Möchte noch jemand etwas dazu sagen?

MRDOCUM.RU ©

Nachfragen / Klärung eines Sachverhaltes

- Ich möchte noch einmal nachfragen: Was verstehen Sie unter ...?
- Sie meinen also, dass ... / Könnte man demnach sagen, dass..?
- Verstehe ich Sie richtig? Sie plädieren für ...

Strukturierung des Gesprächsablaufs

- Ich glaube, wir kommen vom eigentlichen Thema ab / das führt uns vom eigentlichen Thema ab.
- Wir sollten uns vielleicht ...
  – zunächst auf die Frage X konzentrieren,
  – im Moment darauf beschränken zu diskutieren, was/ wie...,
  – nicht so sehr in Einzelheiten verlieren / verbeißen, sondern ...
- Sind Sie damit einverstanden, dass wir diesen Punkt später behandeln/ die Frage später klären?
- Das sollten wir vielleicht lieber später noch einmal aufgreifen.
- Vielleicht könnten wir diesen Punkt noch etwas zurückstellen. Wir werden noch darauf zu sprechen kommen.
- Könnten wir bitte beim Thema bleiben? /Könnten Sie bitte zur Sache sprechen ? / Ich denke, das gehört jetzt hier nicht hin. *(nur zu verwenden, wenn das Gespräch aus dem Ruder zu laufen droht*)

MRU ©

Einbringen neuer Aspekte / Übergang zur nächsten Teilfrage

- In dem Zusammenhang möchte ich gerne noch kurz auf den folgenden Aspekt zu sprechen kommen.
  Ist es vorstellbar, dass ..?
- Dies (*die gerade gemachten Ausführungen*) bringt uns (direkt) zu der Frage, wie /ob...
- Ich möchte die Anregung von Frau X aufgreifen und an die Runde die Frage stellen, ...
- Ich denke, es ist Zeit / es ist sinnvoll, sich jetzt dem Thema ... zuzuwenden.
- Ich würde jetzt gerne auf das Thema…. zu sprechen kommen / zu dem zweiten Thema des Abends übergehen.
- Man könnte diesen Aspekt sicherlich noch eingehender diskutieren, aber wir haben noch gar nicht über die zentrale Frage Y gesprochen.

Unterbrechungen zur Sicherstellung der Verstehbarkeit

- Einen Augenblick. / Einen Moment, bitte, das Mikrophon scheint nicht richtig zu funktionieren.
- Könnten Sie Ihren Satz bitte noch einmal wiederholen? Ich glaube, er war akustisch nicht gut zu verstehen.
- Könnten Sie bitte etwas lauter / langsamer sprechen?
- Bitte nicht alle durcheinander. Frau X, Sie haben das Wort.

Hinweis auf die Zeit

- Wir sollten langsam zum Ende kommen.
- Unsere Zeit ist leider (gleich) schon um. Ich möchte aber jedem noch die Möglichkeit eines kurzen Schlusswortes geben. Wer möchte beginnen?

MRU ©

Formulierung des Diskussionsergebnisses

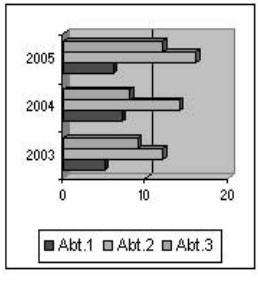
- Ich darf vielleicht die Ergebnisse der Diskussion kurz zusammenfassen: ....
- Es wurde die Auffassung vertreten, dass...
- Das Fazit der Diskussion könnte also lauten:··/ Wir halten also fest, dass....

Verabschiedung

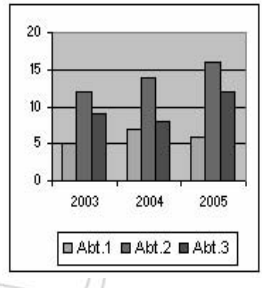
- Hiermit ist unsere Gesprächsrunde beendet. Vielen Dank für die anregenden Diskussionsbeiträge.
- Am Ende möchte ich noch einmal ausdrücklich den Veranstaltern für die hervorragende Vorbereitung und Organisation danken.
- Ich wünsche allen einen guten Heimweg und würde mich freuen, Sie bei unserer nächsten Runde wieder begrüßen zu dürfen.

► ***1 Spielen Sie in der Gruppe eine Gesprächsrunde und verwenden Sie dabei die angegebenen Redemittel.***

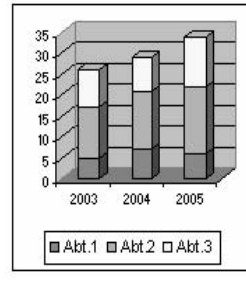
C Redemittel zur Beschreibung von Schaubildern, Diagrammen und Statistiken



Balkendiagramm



Säulendiagramm



gestapeltes Säulendiagramm

Thema

Thema des Schaubildes / der Grafik ist....

Die Tabelle / das Schaubild / die Statistik / die Grafik / das Diagramm gibt Auskunft über...

Das Schaubild gibt Auskunft (darüber), wie viele / was ...

Die Statistik / Das Diagramm gibt / liefert Informationen über ...

Aus der Statistik ist zu ersehen, dass / wie...

Dem Schaubild ist zu entnehmen, dass / wie...

Das Schaubild stellt ... dar.

Das Schaubild stellt dar, wie ...

Die Grafik / Die Tabelle / Das Schaubild zeigt....

Die Grafik / Die Tabelle / Die Statistik zeigt, dass /wie...

Was das Schaubild zeigt, ist .....

Aus dem Diagramm geht ....hervor.

Aus dem Diagramm geht hervor, dass / wie...

Aus der Tabelle ergibt sich, dass...

Quelle

Die Daten stammen vom / von der ...

Das Schaubild wurde vom ... erstellt / herausgegeben.

Die Grafik wurde dem / der ... entnommen.

Erhebungszeitraum/

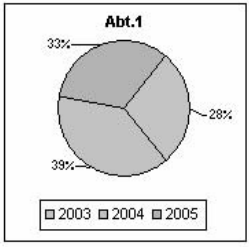
Die Daten stammen aus dem Jahr ...

Die Angaben basieren auf einer repräsentativen Umfrage unter ..., die in der Zeit vom ... bis zum ... durchgeführt wurde.

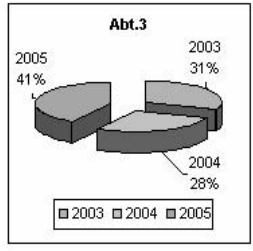
Datenbasis

Als Basis für den Index wurde das Jahr .... (=100 %) gewählt / festgesetzt.

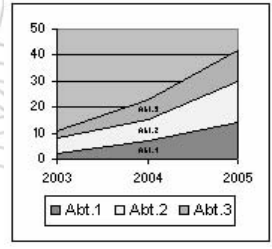
MRU © UGM



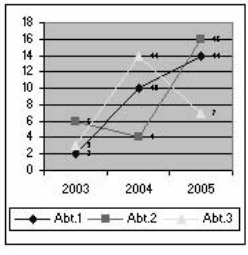
Kreisdiagramm



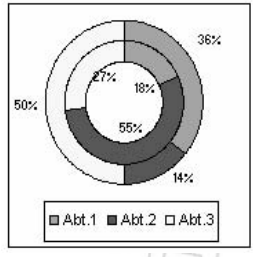
Kuchendiagramm



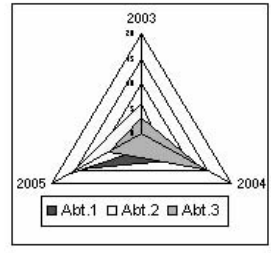
gestapeltes Flächendiagramm



Liniendiagramm



Ringdiagramm



Netzdiagramm

Allgemeiner Aufbau

Alle Angaben werden in Prozent gemacht / sind in Prozent.

Die Werte sind in ... angeben.

Auf der x-Achse / y-Achse sind die .... angegeben / aufgeführt / aufgetragen.

Die x-Achse zeigt ..., die y-Achse zeigt ...

Die Zahl der ... ist in Tausend angegeben.

Die Zahlen geben die Veränderungen gegenüber dem Vorjahresmonat / dem Jahr ... an.

Die Tabelle gibt Auskunft über folgende Aspekte: ...

In der linken/ rechten Spalte sehen wir die Angaben für ...

Für die Darstellung wurde die Form des Säulen- / Balken- / Kreis- / Kurvendiagramms gewählt.

Allgemeiner Aufbau

Die Entwicklung der / des ... wird in Form einer Kurve, die (Entwicklung) der / die .... in Form einer Säule wiedergegeben/ dargestellt.

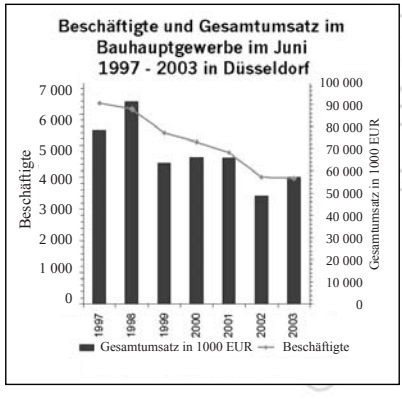
Aus dem Schaubild geht allerdings nicht hervor, was / wie...

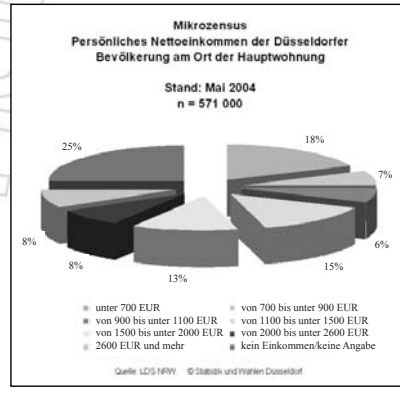
Die genauen Werte sind rechts neben den Balken / oberhalb der Säulen angegeben.

Die gelben Säulen geben ..., die roten geben ... wieder.

Die Legende gibt Auskunft über ...

In der Legende wird die Bedeutung der im Schaubild verwendeten Farben / Abkürzungen erklärt.





Beschreibung/ Erläuterung
a) Entwicklungen

Der Anteil / Die Zahl der ...

– ist von ... (im Jahre 200...) auf ... (im Jahre 200....) gestiegen / angestiegen / angewachsen.

– ist um (fast / mehr als) ... % gestiegen.

– hat sich zwischen 200... und 200... um ...% erhöht.

– hat zwischen 200... und 200... um ...% zugenommen.

– steigerte / erhöhte sich in den vergangenen 4 Jahren um ...%

– hat sich im Zeitraum von 200... bis 200... (fast / mehr als) verdoppelt / verdreifacht / vervierfacht.

– konnte im Zeitraum von ... bis ... um gesteigert / erhöht / heraufgesetzt werden.

– ist in den letzten 3 Jahren um ...% gesteigert / erhöht worden.

Der Anteil / Die Zahl der ...

– ist in den letzten 3 Jahren von ... % auf ... % gesunken / zurückgegangen /

geschrumpft / gefallen.

– hat im Zeitraum von 200... bis 200... um ...% abgenommen.

– hat sich von 200... bis 200... um die Hälfte / ein Drittel / ein Viertel verringert / vermindert.

– ist zwischen 200... und 200... um ...% verringert / reduziert / vermindert worden.

– konnte von 200... bis 200... um ...% verringert / vermindert / reduziert werden.

Beispiele:

Die Zahl der Beschäftigten im Bauhauptgewerbe ist im Zeitraum von 1997 bis 2003 von ca. 6500 auf etwas mehr als 4000 gesunken / hat sich zwischen 1997 und 2003 um ca. 40% verringert.

Beim Gesamtumsatz ist eine leichte Erholung zu erkennen. Nach dem Tiefstand im Jahr 2002 legte der Umsatz im Jahr 2003 wieder um fast 20 Prozent zu.

Intransitive Verben:

sich erhöhen, erhöhte sich, hat sich erhöht

sich steigern, steigerte sich, hat sich gesteigert, (Nomen: das Steigen / der Anstieg)

ansteigen, stieg an, ist angestiegen, (Nomen: das Steigen / der Anstieg)

steigen, stieg, ist gestiegen, (Nomen: das Steigen / der Anstieg)

zunehmen, nahm zu, hat zugenommen, (Nomen: die Zunahme)

sich verringern, verringerte sich, hat sich verringert

sich vermindern, verminderte sich, hat sich vermindert

abnehmen, nahm ab, hat abgenommen (Nomen: die Abnahme)

fallen, fiel, ist gefallen (Nomen: das Fallen)

schrumpfen, schrumpfte, ist geschrumpft (Nomen. das Schrumpfen)

sinken, sank, ist gesunken, (Nomen: das Sinken)

zulegen, legte zu, hat zugelegt

Transitive Verben:

steigern, steigerte, hat gesteigert, (Nomen: die Steigerung)

erhöhen, erhöhte, hat erhöht, (Nomen: die Erhöhung)

senken, senkte, hat gesenkt, (Nomen: die Senkung)

verringern, verringerte, hat verringert, (Nomen: die Verringerung)

MRU © MRU

vermindern, verminderte, hat vermindert, (Nomen: die Verminderung)

reduzieren, reduzierte, hat reduziert, (Nomen: die Reduktion)

Beschreibung / Erläuterung

Im Vergleich zu / Verglichen mit 200... ist die Zahl der ... um ...% höher / niedriger.

b) Vergleiche

Im Gegensatz / Im Unterschied zu 200... ist der Anteil der ... um ...% gefallen.

Gegenüber 200... konnte die Zahl der ... um ...% gesteigert werden.

Während 200... noch ...% ... erhielten, waren es 200... nur noch ...%.

Erwirtschaftete / Erzielte 200... ein .Arbeitnehmer eine/n ... von ..., so kam er 200... bereits auf eine/n ... von ... .

Gaben 200... noch ...% der Befragten an, dass sie ..., waren es 200... nur noch ... .

200... waren / hatten / beanspruchten (wesentlich / erheblich / deutlich)

- mehr Personen ... als im Jahre 200...

- weniger Menschen ... als im Vergleichszeitraum.

200... kamen auf einen ... fünf ..., 200... betrug das Verhältnis hingegen .... zu ....

Beispiele:

Wurde 1998 pro Beschäftigten ein Umsatz von 1.800 Euro erwirtschaftet, waren es 2003 bereits 14.500 Euro.

2003 waren wesentlich weniger Menschen im Bauhauptgewerbe beschäftigt als 1997. Die Zahl der Beschäftigten verringerte sich um knapp 40 %.

MRU © MRU

Beschreibung/ Erläuterung

c)Prozentanteile

Der Anteil von ... beträgt / betrug im Jahr 200%

Der Anteil von ... liegt/ lag im Jahr 200.../ liegt jetzt bei ...%.

Auf ... entfallen / entfielen 200... ca. ... %.

X macht / machte ....% des / der gesamten ... aus.

Der / Die / Das Gesamt....verteilt / verteilte sich zu ...% auf X, zu ...% auf Y und zu ...% auf Z.

... % aller ... sind / waren, haben/ hatten, machen / machten ...

X hat zwischen 200... und 200... um ...% zugenommen.

X ist in den Jahren von 200... bis 200... von ...% auf ...% gestiegen / gesunken.

Beispiel:

Der Anteil der Personen, die über ein monatliches Nettoeinkommen von mehr als 2600 € verfügen, lag im Mai 2004 bei ca. 8 Prozent.

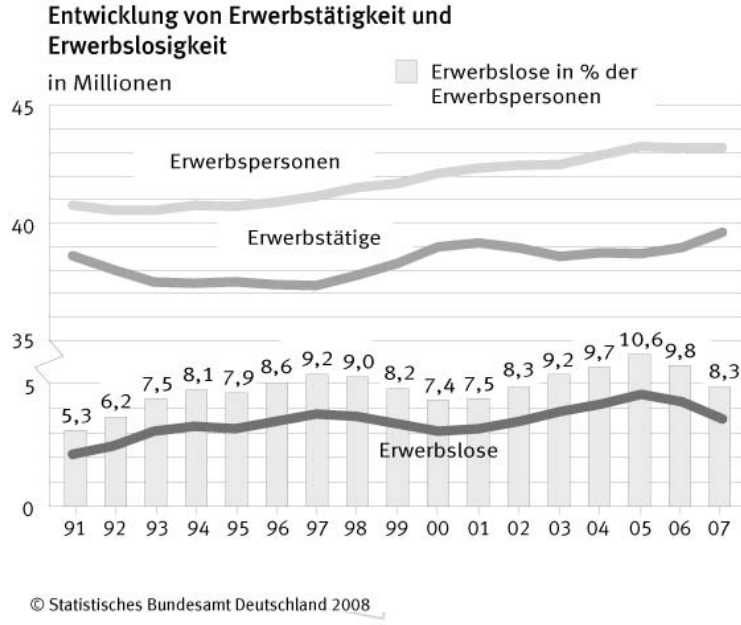
MRU ©

Beschreibung/ Erläuterung	Die Kosten für ... betragen / betrugen 200... ... Euro.
d) Mengenangaben	Die Ausgaben für ... erreichen / erreichten 200... die / eine Höhe von ... Euro. Die Einnahmen bei ... liegen / lagen im Jahr 200... bei rund ... Euro. Der Verbrauch an ... lag 200... bei ca. ... l/km. Der Ausstoß an ... erreichte im letzten Jahr einen Stand von ...Tonnen pro Jahr. Beispiel: Der Umsatz im Bauhauptgewerbe erreichte 2002 nur eine Höhe von 46 Millionen Euro.
Kommentar/ Fazit	Es ist festzustellen, dass ... in den letzten Jahren tendenziell steigt / sinkt. Das Schaubild zeigt deutlich den kontinuierlichen Rückgang / Anstieg des / der.. Bezüglich des erfassten Zeitraum kann gesagt werden, dass.... Es fällt auf / Es ist unverkennbar / Überraschend ist, dass ... Kritik an der Statistik / Grafik, dem Diagramm / Schaubild: Aus der Grafik geht leider nicht hervor, wie .... Aus dem präsentierten Datenmaterial lässt sich nicht ersehen, ob / wie...

© MRU

► ***1 Verwenden Sie die angegebenen Redemittel für die Vorstellung ihrer Projektarbeit.***

► ***2 Analysieren Sie folgende Tabelle.***



► ***3 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Anstieg, auf, bei, betrug, bis, Drittstaaten, Einfuhren, gegenüber, Handelsbilanz, Periode, um, um, Unijon, verzeichneten, von, Vorjahreszeitraum, vorläufiger, Waren.

Wie die Statistik Austria anhand _____ Ergebnisse errechnete, lag der Gesamtwert der _____ im Zeitraum Jänner _____ November 2007 mit 104,81 Mrd. Euro ____ 9,5% über dem Vorjahreswert, die Ausfuhren _____ ein Wachstum von 10,9% _____ 105,57 Mrd. Euro. Die Warenverkehrsbilanz verzeichnete ein Aktivum _____ 0,76 Mrd. Euro. Aus den Mitgliedstaaten der Europäischen _____ bezog Österreich im Be-

richtszeitraum _____ im Wert von 77,98 Mrd. Euro, das entspricht einem _____ um 9,0% _____ dem Vorjahreszeitraum. Der Wert der in diese Länder versandten Waren _____ __ 76,48 Mrd. Euro, das ist ____ 11,2% mehr als in der _____ Jänner bis November 2006. Die _____ mit der Europäischen Union verzeichnete ein Passivum von 1,51 Mrd. Euro. Der Außenhandel mit _____ fiel im Vergleich zum entsprechenden _____ bei den Importen mit 26,82 Mrd. Euro bzw. um 10,9%, _____ den Exporten mit 29,09 Mrd. Euro um 10,1% höher aus. Das Aktivum der _____ _____ mit Drittländern betrug 2,27 Mrd. Euro.

► ***4 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

Anstieg, betrugen, bezogen, Drittstaaten, erhöhten, gegenüber, lag, Plus, stiegen, um, versandt, verzeichnete, von, Vorjahresmonat, wurden.

Im Berichtsmonat November 2007 _____ der Einfuhrwert bei 10,2 Mrd. Euro und _____ ein Plus von 5,4% gegenüber November 2006, die Ausfuhren _____ 10,48 Mrd. Euro und _____ sich um 5,9% im Vergleich zum _____ _____ . Die Handelsbilanz verzeichnete ein _____ von 0,31 Mrd. Euro. In die Mitgliedstaaten der Europäischen Union _____ _____ im November 2007 Waren im Wert von 7,63 Mrd. Euro _____ _____ und Waren im Wert _____ 7,53 Mrd. Euro von dort _____ _____ . _____ November 2006 erhöhten sich die Versendungen in die EU Länder ____ 4,8%, die Eingänge um 3,3%. Die Importe aus Drittstaaten betrugen 2,64 Mrd. Euro und _____ gegenüber November 2006 um 11,8%, die Exporte mit 2,85 Mrd. Euro verzeichneten einen _____ um 8,9%. Das Aktivum der Handelsbilanz mit den _____ betrug 0,21 Mrd. Euro.

► ***5 Setzen Sie die folgenden Wörter in die Lücken im Text:***

angestiegen, auf, Berechnungen, betrug, durchschnittliche, korrigiert, lag, Preisen, pro, um, Vergleich, verzeichneten, vorläufigen, Wachstum, Wirtschaft .

Die österreichische _____ wuchs nach aktuellen _____ _____ der Statistik Austria im Jahr 2006 ____ 3,3%. Gegenüber dem _____ Wert wurde das _____ _____ um 0,2 Prozentpunkte nach oben _____ . Zum internationalen _____ des österreichischen Wirtschaftswachstums: Das _____ Wachstum der EU-Mitgliedsländer _____ 3,0%, jenes der Eurozone (13) _____ bei 2,7% .Auch die OECD-Länder _____ ___ im Durchschnitt ein Wachstum von 3,0% .Das Bruttoinlandsprodukt (BIP) ist 2006 zu laufenden _____ um 12,6 Mrd. Euro bzw. 5,1% _____ rund 257,9 Mrd. Euro _____ . Das BIP _____ Einwohner betrug 31.140 Euro (+4,5%).

THEMENBEREICHE ZUR PRÄSENTATION DER PROJEKTARBEITEN

- Unternehmen in Litauen.
- Bankwesen in Litauen.
- Die litauische Volkswirtschaft.
- Entwicklung der Weltwirtschaft und Litauen.

MRU ©

► Literaturverzeichnis

1. Homburg Ch., Marketingmanagement, Wiesbaden, 2005.
2. Meffert H.,Marketing, Gabler Verlag, 2000.
3. Becker J. Marketingkonzeption, München, 2001.
4. Pfeiffer M. Interaktive Branding, München, 2002.
5. Wirtschaft von A-Z,Dudenverlag, Mannheim, 2004.
6. Albach H. Allgemeine Btriebswirtschaftslehre,Wiesbaden,Gabler Verlag, 2001.
7. Brockhoff K. Geschichte der Betriebswirtschaftslehre,Wiesbaden, Gabler Verlag, 2002.
8. Schierenbeck H. Grundzüge der Betriebswirtschaftslehre, Oldenburg 2003.
9. Kohler R. Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, Stuttgart, 2005.
10. James H. Die deutsche Bank, München, C.H. Beck, 2001.
11. Koslowski P. Ethik der Banken, Tübingen, 2001.
12. Albers H. Testen und Prüfen,Langenscheid, 2002.
13. Doye F. Typologie der Testaufgaben, Langenscheid, 2001.

www.handelsblatt.de

www.markt.de

www.wirtschaftswoche.de

MRU ©

Ado, Loreta

Ad45 LESETEXTE. WIRTSCHAFTSDEUTSCH. Mokomasis leidinys – Vilnius: Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras, 2008. – 102 p.
Bibliogr. 101 p.

ISBN 978-9955-19-102-5

Mokomajame leidinyje „LESETEXTE. WIRTSCHAFTSDEUTSCH“ pateiktos aktualios temos iš ekonominių sričių vokiečių kalba. Parengtos užduotys skirtos skaitymo strategijai, rašymo technikai, leksinei ir gramatinei kompetencijai ugdyti

UDK 803.0(076)

© MRU

Loreta Ado
LESETEXTE. WIRTSCHAFTSDEUTSCH
Mokomasis leidinys

Viršelio dailininkė Stanislava Narkevičiūtė
Maketavo Aušrinė Ilekytė

SL 585. 2008 10 30. 3,3 leidyb. apsk. l.
Tiražas 100 egz. Užsakymas
Išleido Mykolo Romerio universiteto Leidybos centras,
Ateities g. 20, LT–08303 Vilnius
Puslapis internete www.mruni.eu
El. paštas leidyba@mruni.lt
Spausdino UAB „Baltijos Kopija“, Kareivių g. 13b, Vilnius
Puslapis internete www.kopija.lt
El. paštas info@kopija.lt